

第二期 武蔵野市観光推進計画

平成 29 年 6 月

武蔵野市

第二期武蔵野市観光推進計画の策定にあたって

武蔵野市は、歩いて回るのにちょうどよい街の大きさと魅力的な店舗が集まる吉祥寺、スポーツ施設や文化施設などが多い三鷹、大学などの教育機関が集まり都市農業も盛んな武蔵境と、3 駅圏それぞれが特長を持ち、また、市内を西から東へ流れる玉川上水や千川上水、井の頭恩賜公園・武蔵野中央公園などの水と緑の資源、鉄道3 駅やムーバス路線の充実による交通利便性、アニメ・漫画・音楽・演劇などの活発な芸術文化活動が相まって、従来より住みたい街として高く評価されています。

本計画は、平成 32 年に予定されている東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会や、その前年に開催されるラグビーワールドカップ 2019 を前に、これまでの都市観光施策の実績や課題に加えて、インバウンド対応や民泊などの新たな課題なども念頭に、平成 19 年度策定の「武蔵野市観光推進計画」を改定したものです。

武蔵野市観光機構や市内事業者、市民団体など、様々な主体によるまちづくりの取り組みを踏まえ、これから本市で取り組むべき都市観光の方向性を示し、「個性豊かで多彩な魅力があるから訪れたい、住み続けたいまち」を目指します。

今後、本計画に基づき、市民、事業者、関係団体との連携により、本市の観光施策をさらに進めてまいりますので、ご理解とご協力をお願いいたします。

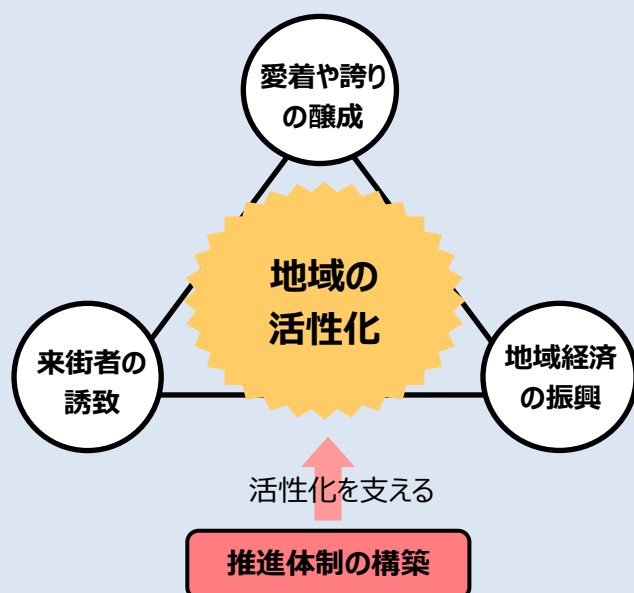
平成 29 年 6 月

武蔵野市長 邑上 守正

第二期武蔵野市観光推進計画の概要

観光推進の目的

都市観光の視点でまちづくりを行うことで、市民のまちへの愛着や誇りの醸成を図り、来街者の誘致、地域経済の振興につなげ、活力ある武蔵野市の維持・発展を図ります。また、観光まちづくりが進むことで、市民にとっても楽しく、安全で、快適にすごせるまちが形成され、市民生活の質も高まります。



都市観光とは

都市観光は、都市内のさまざまな観光資源の意味や由来を紐解き、新たな魅力や価値を再発見し、人と人とのふれあいや賑わいを生み出す力を発揮します。

観光が目指す姿

個性豊かで
多彩な魅力が
あるから
訪れたい、
住み続けたいまち

武蔵野市の観光の特徴

武蔵野市の観光は、買い物や飲食、歴史や文化をたどるまち歩き、芸術の鑑賞・体験など多様な都市の魅力を楽しむ「都市観光」であることが特徴です。

生活雑貨やカフェ、食の個性ある店舗、商店街、音楽やアートなどの芸術活動といった都市の生活文化を楽しむものや、四季折々の祭り、かつての武蔵野をしのばせる美しい水と緑など、市全域にわたって多様な観光資源があります。

“個性豊かで多彩な魅力を持った観光資源”を楽しむことが武蔵野市の観光の特色であると捉え、この特色を通じて来街者が“訪れたい・住みたい”と感じ、また市民も“住み続けたい”と思えるまちをつくっていきます。

観光推進の基本的な方向性と方策

基本方針 1

多彩な魅力を守り育てる (啓発、活動支援)

- 1) 武蔵野市の魅力の市民への周知(再認識できる場の提供)
- 2) 多彩な魅力を保全・創出する市民活動の支援
- 3) 個性的な店舗の魅力の活用
- 4) 観光の意義や効果を市民に伝える情報発信

基本方針 2

多彩な魅力で惹きつける (魅力向上、誘致)

- 1) 魅力あるコンテンツの創造
- 2) 他地域との連携強化
- 3) 情報発信の強化
- 4) 東京 2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした外国人観光客の誘致強化
- 5) MICE 誘致
- 6) 武蔵野市の多彩な魅力を磨くための情報分析と戦略構築

基本方針 3

多彩な魅力に親しみやすくする (受け入れ環境整備)

- 1) もてなす人材の育成
- 2) 観光客の安全・安心の向上
- 3) 交通環境の整備
- 4) 誰もが快適に過ごせるまちづくりの推進

重点プロジェクト

重点 プロジェクト 1

国際的スポーツイベントを契機とした観光推進

ラグビーワールドカップ 2019 日本大会及び東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向けて、国内外からの多くの旅行者が武蔵野市の魅力に触れる機会を増やすことで、大会後のリピーター獲得につなげていきます。

重点 プロジェクト 2

市民や学生が参画しやすい観光まちづくりの推進

来街者にも市民にも武蔵野市の新たな魅力を発見してもらうため、既存の市民活動等の実績を活かした観光プログラムを提供するなど、市民や学生をはじめとした多様な主体が武蔵野市の観光に参加できる観光まちづくり体制を整えます。

重点 プロジェクト 3

来街者を呼び込むための既存イベントの魅力アップ

武蔵野市内で実施されているイベントについて、これまで以上に来街者を誘致して地域経済の振興を図るため、モデルイベントを設定し、重点的に魅力を高める取り組みを実施します。

目次

第二期武蔵野市観光推進計画の策定にあたって

第二期武蔵野市観光推進計画の概要

1	第二期武蔵野市観光推進計画の目的と位置付け	1
(1)	都市観光とは	1
(2)	武蔵野市のこれまでの取り組み	1
(3)	武蔵野市の観光を取り巻く状況変化	2
(4)	計画改定の視点	6
(5)	武蔵野市における観光推進の目的	7
(6)	第二期武蔵野市観光推進計画の位置付け	8
(7)	第二期武蔵野市観光推進計画の期間	8
2	武蔵野市の観光の特徴と課題	9
(1)	武蔵野市の観光の特徴	9
(2)	武蔵野市の観光の課題	11
3	武蔵野市の観光が目指す姿	14
(1)	武蔵野市の観光が目指す姿	14
(2)	数値目標	15
(3)	観光推進の基本的な方向性	16

4	観光推進の方策	17
	（基本方針1）多彩な魅力を守り育てる（啓発、活動支援）	17
	1）武蔵野市の魅力の市民への周知（再認識できる場の提供）	17
	2）多彩な魅力を保全・創出する市民活動の支援	19
	3）個性的な店舗の魅力の活用	21
	4）観光の意義や効果を市民に伝える情報発信	22
	（基本方針2）多彩な魅力で惹きつける（魅力向上、誘致）	23
	1）魅力あるコンテンツの創造	23
	2）他地域との連携強化	24
	3）情報発信の強化	25
	4）東京 2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした外国人観光客の誘致強化	27
	5）MICE 誘致	29
	6）武蔵野市の多彩な魅力を磨くための情報分析と戦略構築	30
	（基本方針3）多彩な魅力に親しみやすくする（受け入れ環境整備）	31
	1）もてなす人材の育成	31
	2）観光客の安全・安心の向上	32
	3）交通環境の整備	33
	4）誰もが快適に過ごせるまちづくりの推進	34
5	重点プロジェクト	36
	（重点プロジェクト1）国際的スポーツイベントを契機とした観光推進	38
	（重点プロジェクト2）市民や学生が参画しやすい観光まちづくりの推進	40
	（重点プロジェクト3）来街者を呼び込むための既存イベントの魅力アップ	42
6	観光推進計画の推進体制	45

資料編

付属資料 1	WEB アンケートの結果	資-1
(1)	アンケート概要	資-1
(2)	アンケート結果（概要）	資-2
付属資料 2	第二機武蔵野市観光推進計画（中間のまとめ）パブリックコメントの結果	資-8
参考 1	第二期武蔵野市観光推進計画策定の流れ	資-11
参考 2	第二期武蔵野市観光推進計画策定委員会	資-12
(1)	第二期武蔵野市観光推進計画策定委員会設置要綱	資-12
(2)	第二期武蔵野市観光推進計画策定委員会委員名簿	資-13

1 第二期武蔵野市観光推進計画の目的と位置付け

(1) 都市観光とは

都市観光は、都市内のさまざまな観光資源の意味や由来を紐解き、新たな魅力や価値を再発見し、人と人とのふれあいや賑わいを生み出す力を発揮します。超高齢化・人口減少の社会の中で地域の活力を維持するためには、他の地域から人を惹きつけ、呼び寄せることが重要です。

本市では、人々の交流及び商業の振興を図り、活力ある武蔵野市を今後とも維持するために、都市観光の視点でまちづくりを行うとともに、「第二期武蔵野市観光推進計画」を策定し、観光施策を総合的に推進します。

(2) 武蔵野市のこれまでの取り組み

武蔵野市では、武蔵野市第四期基本構想・長期計画を上位計画とした個別計画の一つとして、平成 19 年に「武蔵野市観光推進計画」を策定しました。観光推進の意義を「地域の活性化」、「地域経済の振興」、「市民生活の質の向上」の 3 つに整理したうえで、目標として「市民、来街者が共に楽しみ、交歓できるまち」、「訪れる人それぞれが価値ある時間を過ごせるまち」、「楽しさやくつろぎの中に、安全・安心を実感できるまち」の 3 つを掲げ、観光振興に関する施策の方向性を明示しました。

この計画に基づき、本市の観光に関する情報発信やマネジメントを行う組織として、平成 22 年に「武蔵野市観光推進機構」が設立されました。その後平成 25 年には意思決定の迅速化などの体制強化や、着地型観光のさらなる推進のため「一般社団法人武蔵野市観光機構」として法人化し、武蔵野市の観光振興を行う拠点となっています。

平成 24 年、平成 27 年には観光推進計画の体系と推進方向にのっとり、計画の内容を見直しながら、施策の具体的な取り組みを記載していくアクションプランを策定し、進捗管理を行いながら観光事業を行ってきました。

特に吉祥寺地区では、吉祥寺まち案内所の設置(平成 26 年 4 月)や吉祥寺フリーWi-Fi の開始(平成 27 年 11 月)など、来街者の受入態勢の整備を進めてきました。

(3) 武蔵野市の観光を取り巻く状況変化

近年の観光の全体状況を把握するうえで欠かせないトピックとして、訪日外国人観光客の増加と、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が挙げられます。

わが国を訪れる外国人観光客の数は、政府が観光立国をめざす方針を打ち出し、ビザ要件の緩和や消費税免税制度の改正を行ったことなどから増加の一途をたどっています。日本政府観光局（JNTO）の調査によると、平成 25（2013）年には年間 1,000 万人を超え、平成 28（2016）年には年間 2,000 万人を突破しました。訪日外国人による旅行消費額も、観光庁の調査によると平成 25（2013）年の約 1 兆円から平成 27（2015）年には約 3.5 兆円にまで増加し、観光が日本経済に及ぼす影響も年々大きくなっています。訪日外国人観光客数は、2 つの主要な国際空港を擁する首都圏を中心に、今後も増加が見込まれます。

さらに、平成 32（2020）年の夏季オリンピック・パラリンピック競技大会の開催地が東京に決定し、前年の平成 31（2019）年にはラグビーワールドカップが日本で開催されることから、競技会場の整備や「おもてなし」の心をもって観戦客を受け入れるための準備が進められています。なお、武蔵野市は東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会におけるルーマニアのホストタウンに登録され、日本とルーマニアの多様な交流の懸け橋となることが期待されています。

このように観光客が増加するなか、拡大する宿泊需要に対応する必要も生じてきており、マンション等の空室を活用した民泊が注目されています。大田区では国家戦略特区制度を活用した民泊を平成 28（2016）年から実施しており、国も民泊の活用に向けた法整備に取り組むこととしています。



訪日外国人旅行者数の推移

出典：PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2017～
（日本政府観光局（JNTO）データ）



外国人旅行者の消費額

出典：PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2017～
(日本政府観光局 (JNTO) データ)

■ 国の観光に関する取り組み

国は外国人旅行者の来訪促進策として、平成 15 年から国、日本政府観光局 (JNTO)、地方公共団体及び民間事業者・団体によるビジット・ジャパン・キャンペーン事業 (平成 22 年からはビジット・ジャパン事業) を行っています。平成 27 年度にはビザ要件の緩和、免税店の拡大、航空路線の新規就航やクルーズ船の寄港拡大等とそれに連動したプロモーションを実施しています。

また、平成 28 年 3 月には「明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたい日本へー」を策定し、観光はわが国の成長戦略と地方創生の大きな柱であるとし、「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」、「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」、「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」といった 3 つの視点を掲げ、以下の数値目標を設定しています。

訪日外国人旅行者数	2020年： <u>4,000万人</u> (2015年の約2倍)	2030年： <u>6,000万人</u> (2015年の約3倍)
訪日外国人旅行消費額	2020年： <u>8兆円</u> (2015年の2倍超)	2030年： <u>15兆円</u> (2015年の4倍超)
地方部での外国人延べ宿泊者数	2020年： <u>7,000万人泊</u> (2015年の3倍超)	2030年： <u>1億3,000万人泊</u> (2015年の5倍超)
外国人リピーター数	2020年： <u>2,400万人</u> (2015年の約2倍)	2030年： <u>3,600万人</u> (2015年の約3倍)
日本人国内旅行消費額	2020年： <u>21兆円</u> (最近5年間の平均から約5%増)	2030年： <u>22兆円</u> (最近5年間の平均から約10%増)

国が定める目標値

出典：明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたい日本へー

■ 東京都の観光に関する取り組み

東京都では平成 25 年 5 月に「東京都観光産業振興プラン」を策定し、東京を世界有数の観光都市とすべく、外国人旅行者を誘致するためのプロモーション活動や、国際会議等の MICE の誘致、地域の観光資源の開発、外国人旅行者の受入れ環境整備などに取り組んできました。

さらに東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会とその先を見据え、新たに「PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2017」を平成 29 年 1 月に策定しました。ここでは旅行者数に加え、外国人リピーター数や消費額といった質的な面にも着目した総合目標が設定されています。またその目標達成に向けて、「消費拡大に向けた観光経営」「集客力が高く良質な観光資源の開発」「観光プロモーションの新たな展開」「MICE※誘致の新たな展開」「外国人旅行者の受入環境の向上」「日本各地と連携した観光振興」を 6 つの戦略として掲げ、それに基づく施策を展開しています。

多摩地域は外国人旅行者の訪問場所の割合が区部の地域と比べると低くなっていることから、旅行者がもっと多摩地域に訪れるよう、都心部には見られない豊かな自然や食を生かした観光振興を進めるとともに、MICE 開催に向けた地域の取り組みを支援すること、新たな観光情報センターを整備し観光案内機能の向上を図るといった施策を打ち出しています。

※MICE（マイス）：Meeting（会議・研修・セミナー）、Incentive tour（報奨・招待旅行）、Convention または Conference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）の頭文字をとった造語で、ビジネストラベルの一つの形態。参加者が多いだけでなく、一般の観光旅行に比べ消費額が大きいと言われている。

総合目標

訪都外国人旅行者数

- 2020年には、2015年の約2倍に当たる2,500万人を目指す。
- 2024年には、3,000万人を目指す。

2015年: 1,189万人 → 2020年: **2,500万人** → 2024年: **3,000万人**

外国人リピーター数

- 訪都外国人旅行者数(目標値)の60%を目指す。

2020年: **1,500万人** → 2024年: **1,800万人**

訪都外国人消費額

- 2020年には、2015年の約2.4倍(過去5年間の伸び率)に当たる2.7兆円を目指す。

2015年: 1兆1,150億円 → 2020年: **2兆7,000億円**

訪都国内旅行者数

- 2020年には、新たなレベルとなる6億人を目指す。

2015年: 5億1,670万人 → 2020年: **6億人**

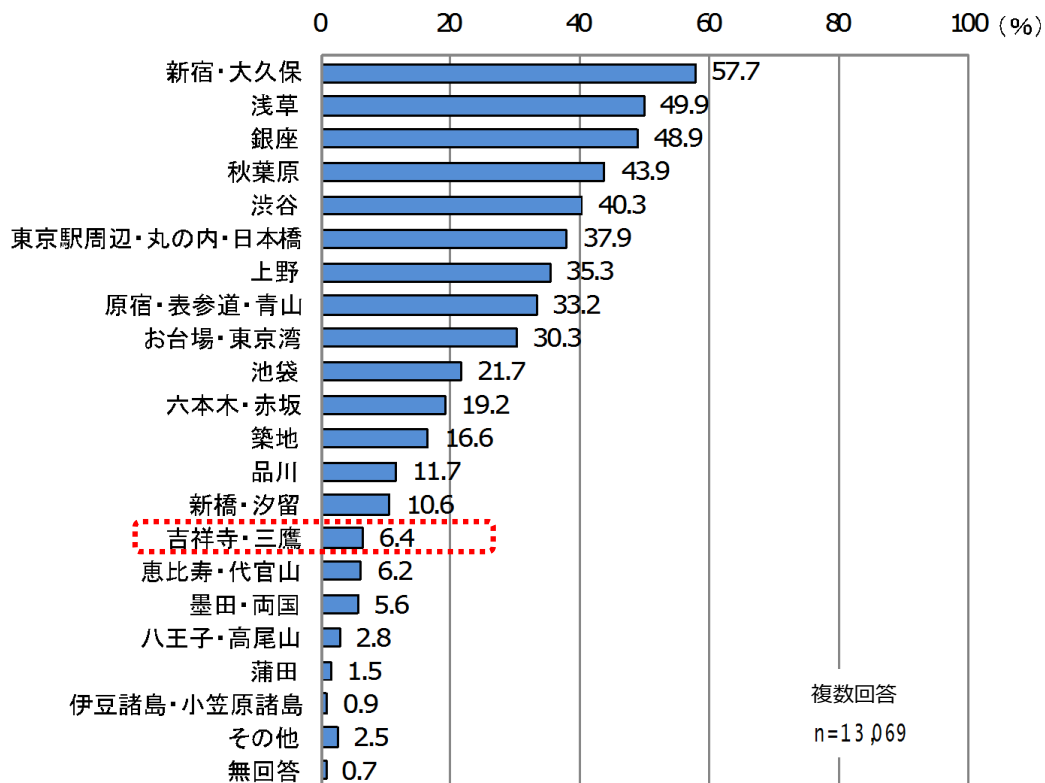
訪都国内旅行者消費額

- 2020年には、2015年比で約1兆円増の6兆円を目指す。

2015年: 4兆8,470億円 → 2020年: **6兆円**

東京都が定める目標値

出典：PRIME 観光都市・東京～東京都観光産業振興実行プラン 2017～



外国人旅行者が訪問した場所

出典：平成 27 年度国別外国人旅行者行動特性調査（東京都）

（４）計画改定の視点

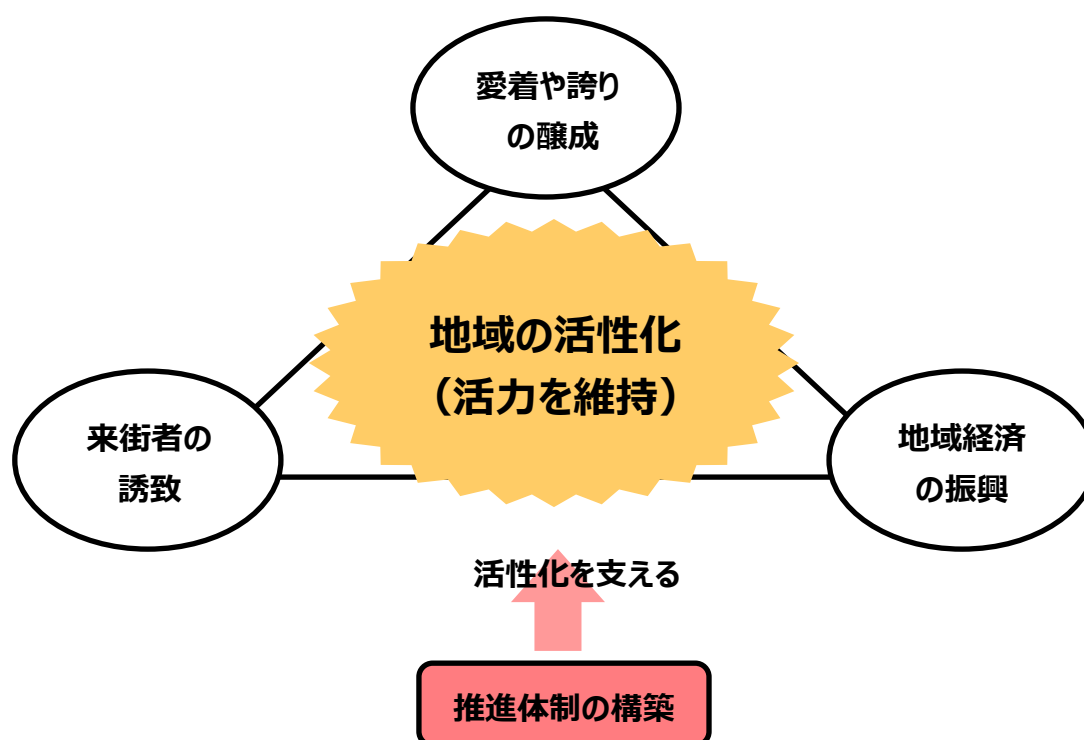
現行の観光推進計画は、２回のアクションプラン策定により部分的な改定を行っており、第２次アクションプランの期間は平成 28 年度末までとなっています。

新たに策定する「第二期武蔵野市観光推進計画」では、外国人観光客の急増や東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催など、武蔵野市の観光を取り巻く状況の変化及び新たな課題を踏まえ、市民、民間事業者、行政が一体となった観光振興の取り組みを一層推進するための新たな目標とその実現に向けた施策を整理します。

(5) 武蔵野市における観光推進の目的

観光推進の目的

都市観光の視点でまちづくりを行うことで、市民のまちへの愛着や誇りの醸成を図り、来街者の誘致（交流促進）、地域経済の振興につなげ、活力ある武蔵野市の維持・発展を図ります。また、観光まちづくりが進むことで、市民にとっても楽しく、安全で、快適にすごせるまちが形成され、市民生活の質も高まります。



愛着や誇りの醸成

地域の持つ自然、文化、歴史、産業等のあらゆる資源を活用する都市観光においては、住民がまちに愛着と誇りを持って多様な資源を守り、磨き上げることが、来街者が「訪れてみたいまち」の基盤をつくれます。

来街者の誘致

来街者は市民とは異なる外の視点から、まちの魅力を評価します。市民は外からの評価により、誇りをもってまちの魅力を発信するようになります。このような市民と来街者の交流の循環により、まちの賑わいが増加し、地域社会が活性化していきます。

地域経済の振興

来街者や市民など多くの人がまちの観光資源を訪ね、都市観光を楽しむことで、飲食や買い物、体験、鑑賞等の様々な消費行動が発生します。その結果として、商業をはじめとした地域経済の振興が促進されます。

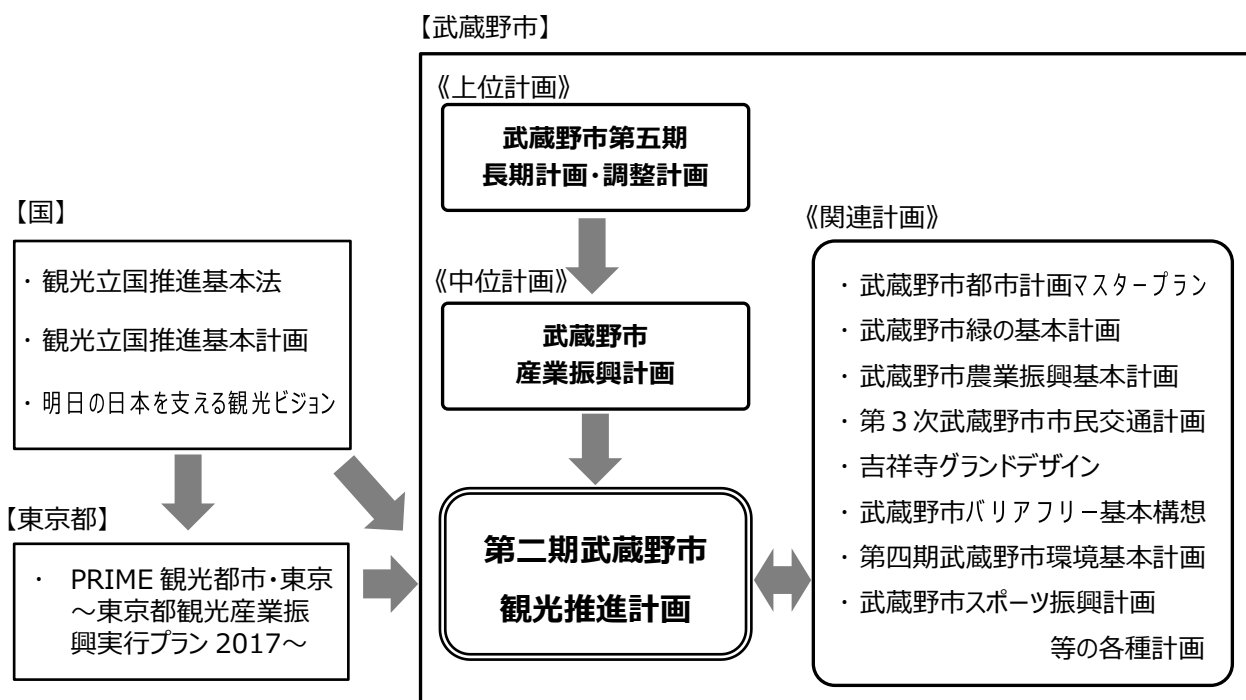
（６）第二期武蔵野市観光推進計画の位置付け

「観光立国推進基本法」では、地方公共団体の責務として『観光立国の実現に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、自主的かつ主体的に、その地方公共団体の区域の特性を生かした施策を策定し、及び実施する責務を有する。』とされています。本計画は、本市における観光施策を総合的に実施するための計画です。

本計画は、「武蔵野市第五期長期計画・調整計画」（平成 28 年策定）を上位計画、武蔵野市産業振興計画（平成 26 年策定）を中位計画とした個別計画であり、特にまちの魅力と集客力の向上、商業・サービス業などへの支援につながる重要な計画として位置付けられます。

本計画の策定と推進にあたっては関連する計画との整合を図りながら、観光施策を総合的に進めていきます。

■ 第二期武蔵野市観光推進計画の位置付け



（７）第二期武蔵野市観光推進計画の期間

計画期間は平成 29 年度から平成 38 年度までの 10 年間とします。

2 武蔵野市の観光の特徴と課題

(1) 武蔵野市の観光の特徴

武蔵野市の観光は、名所・旧跡を見物するといった従来型の観光ではなく、買い物や飲食、歴史や文化をたどるまち歩き、芸術の鑑賞・体験など多様な都市の魅力を楽しむ「都市観光」であることが特徴です。

都市観光の資源は、生活雑貨やカフェ、食の個性ある店舗、商店街、音楽やアートなどの芸術活動といった都市の生活文化を楽しむものや、四季折々の祭り、かつての武蔵野をしのばせる美しい水と緑など、市全域にわたって多様な観光資源があります。

また、吉祥寺駅周辺が雑誌やテレビなどメディアに多く取り上げられていますが、三鷹や武蔵境にも三鷹駅北口のスポーツ・文化施設や企業本社の集積、武蔵境駅周辺等の農業資源など、今後観光資源としての活用が考えられる地域資源が点在しています。

■ 武蔵野市観光の SWOT 分析※

強み (Strengths)

- 吉祥寺は住みたいまちとして知名度がある
- 個性的な店、観光資源がある
- 産業構造上、飲食店の付加価値額、従業者数が他自治体より圧倒的に多い
- 隣接地域に 180 万人※の人口を抱えている（これまでの武蔵野市観光の主たる客層）
- ボランティアガイドなど観光を支える市民がいる
- 緑の風景が美しい
- 平坦な地形で徒歩や自転車での移動がしやすい
- 電車・バスの公共交通が充実していてアクセスしやすい
- 武蔵境地区は武蔵野プレイスの整備など先進的なまちづくりが進んでいる
- 多様な芸術・文化が根付いている
- 市内 3 駅の駅勢圏がそれぞれ個性を有している
- 全国的にも珍しい、友好都市と連携したアンテナショップがある

弱み (Weaknesses)

- 三鷹、武蔵境は、吉祥寺に比べて認知度が低い
- 吉祥寺は有名だが、武蔵野市の知名度は低い
- 突出して知名度のある特産品がない
- まちに愛着を持つ人が減りつつある
- イベントを支える主体が高齢化している
- 関係機関と市民の取り組みなどを橋渡しする場がない
- 駅前の賑わいづくりが進む一方で、駅から離れた商店街は集客が厳しい状況である
- 宿泊施設が少ない
- 駐車場が少なく、特に観光バスの駐車できる場所がない
- 来街者数に比べてコインロッカーの数が少ない

機会 (Opportunities)

- 多様な資源を楽しむ都市観光が注目されている
- 東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会やラグビーワールドカップ 2019 日本大会が開催される
- ワークライフバランスの重視など、企業の働き方が変化している（ノー残業デーの徹底など）
- 東京外かく環状道路が開通し、アクセスが向上する。

脅威 (Threats)

- 渋谷・中野・立川といった周辺の都市が、駅周辺の開発などで都市間競争力を高めている
- 市場（既存の主要顧客）の高齢化が進んでいる
- 長期的には人口減少が危惧される

※隣接地域：練馬区、杉並区、三鷹市、小金井市、西東京市の人口 1,785,686 人（H28.10.1 現在）

※SWOT 分析：組織等を、「強み(Strength)」「弱み(Weakness)」「機会(Opportunity)」「脅威(Threat)」の 4 つの軸から評価する手法のこと。内部要因である「強み」「弱み」と外部要因である「機会」「脅威」とを分析することで、戦略の対処策を立案する。

(2) 武蔵野市の観光の課題

武蔵野市の観光推進の目的達成に向け、以下の課題が挙げられます。

<愛着や誇りの醸成に関する課題>

- 市民が楽しみ、市民が友を招き案内したいと感じる「観光まちづくり」を展開する

これまで都市観光の資源を継承し魅力を高めてきたのは市民です。また今後も市民自身が都市観光に参加していくことが、地域の再発見による魅力向上と新たな観光資源の開発につながります。このため、市民が楽しみ、友を招きたいと感じる「観光まちづくり」を展開していく必要があります。

<来街者の誘致に関する課題>

- ターゲットを明確にして来街者を誘致する

武蔵野市の来街者の大半が近隣からであり、この近隣層をメインターゲットとしてさらなる誘致を行う必要があります。一方で東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とし、さらには大会後も遠方からの国内観光客や外国人観光客に訪れてもらえるよう、環境整備を進める必要があります。

- 武蔵野市の都市観光のイメージを明確に打ち出す

武蔵野市には、ショッピング、グルメ、水と緑、音楽、アート、アニメ、漫画、スポーツなど都市を楽しむ多様な観光資源が集まっており、これらの観光資源を住んでいる人が楽しみ、育てることで、来街者も楽しめるまちになっています。従来の観光地とは異なる、こうした都市観光の魅力あるイメージを明確に打ち出していく必要があります。

- 武蔵野市ならではの観光資源を活用する

テーマを掘り下げて探求するまち歩き観光が増えつつある中、農のある風景、市内に点在する公園、江戸時代から続く地割、中島飛行機武蔵製作所跡地等の戦争遺産、NTT 技術史料館、文学、漫画、アニメ、伝統芸能、国際オルガンコンクールなど武蔵野市ならではの資源を観光資源として活用していくことも必要です。

● 観光客にわかりやすい情報提供や快適な観光を支えるインフラ整備を行う

東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に伴い外国人の観光客も増加することが予想される中、観光関連のパンフレットやまち歩きマップの多言語対応や、快適な観光を支える公共施設整備（サイン、道路、駐車場など）などに引き続き取り組んでいく必要があります。

また情報発信については、既存媒体（テレビ、新聞、ケーブルテレビ、コミュニティ FM 等）の効果的な活用方法を検討し、取材に対しても提案型の情報提供を積極的に行っていく必要があります。

<地域経済の振興に関する課題>

● 観光の経済効果を地域に波及させる

観光の効果としては、市民がまちの魅力を再認識し武蔵野市に愛着や誇りを持つという効果とともに、経済的効果も重要です。観光資源を訪ね歩く人や飲食・買物を目的に来た人が、目的以外の対象にも消費を拡大するような仕掛けづくりを考えていくことも必要です。

<推進体制の構築に関する課題>

● 武蔵野市観光機構の役割を明確にする

武蔵野市観光機構の設立以来、年を追うごとに観光の重要性は増しており、武蔵野市観光機構が携わる業務も増加しています。現在の武蔵野市観光機構にはイベントの事務局、観光関係者のコーディネート、シンクタンク（分析）等の役割が求められていますが、必ずしも全てには対応しきれていない状況です。武蔵野市観光機構が担うべき役割について整理し、必要に応じて組織体制と財務基盤を強化していく必要があります。

● 多様な市民や学生が参加しやすい仕組み、交流・連携の仕組みをつくる

観光には様々な関係者の関わり方があり、その現状をより明確につかむためには、武蔵野市観光機構や市民の組織団体の会議等に市民や学生が参加するなど多様な意見を取り入れる仕組みを検討し、集約された情報を観光関係者に広く伝え共有する取り組みや、交流・連携できる場づくりが必要です。

● 観光を支える担い手の育成と継続できるイベントの仕組みをつくる

イベントを運営してきた商店会員、観光案内を実施してきたまち案内所コンシェルジュ、まち歩きボランティアガイドの高齢化及び固定化が進んでいることから、これまで参加が少なかった若い世代を取り込むために大学と連携するなど、観光を支える担い手を確保していく必要があります。また長年続いているイベントも新たな担い手が関わり、継続可能な時代にあった内容にしていくため、定期的の実施効果を分析する必要があります。

● 東京都や隣接地域と連携する

武蔵野市観光機構の事業を通じて、近年は近隣市区と連携した観光の取り組みを行っています。今後も井の頭恩賜公園、小金井公園、江戸へと導水した三つの上水（玉川上水、千川上水、神田上水）や太宰治ゆかりの地、近隣の工場や研究所といった資源を活かしてストーリーを持った観光を展開するために、東京都や隣接地域と連携していく必要があります。また、多摩という単位で広域的な観光を推進していくことも武蔵野市の魅力のアピールにつながると考えられます。

● 3 駅勢圏の連携を強化する

吉祥寺駅、三鷹駅、武蔵境駅のそれぞれの駅勢圏の魅力づくりとともに、3 駅勢圏で連携した観光プログラム開発など、連携を強化して市内の広域観光へ発展させていく必要があります。

● 行政でなければ対応できない取り組みの着実な実施及び庁内連携の強化

公共施設の整備、観光資源を守るための土地利用の規制・誘導など、行政でなければ対応できない取り組みについては関係機関との調整を図り、着実に進めていく必要があります。

また、歴史・文化、国際・国内交流、水と緑などに関する庁内の他のセクションとの連携を強化し、武蔵野市の観光資源の保全・活用を進めていくことも必要です。

3 武蔵野市の観光が目指す姿

(1) 武蔵野市の観光が目指す姿

計画推進の目的である“地域の活性化”に取り組む中で、観光が目指す姿を以下のとおり設定します。

「個性豊かで多彩な魅力があるから訪れたい、住み続けたいまち」

武蔵野市の観光は、名所・旧跡を見物するだけでなく、ショッピング、グルメ、音楽、アート、武蔵野の水と緑、アニメ、漫画など、多様な観光資源を特別な思い出を持って楽しむことも大きな魅力となっています。そしてこれらの観光資源は、来街者だけが楽しむものではなく、武蔵野市で暮らす市民にとってもまちの魅力を実感できる大事な地域資源であり、日々の暮らしを豊かにするものでもあります。

本計画は、“個性豊かで多彩な魅力を持った観光資源”を楽しむことが武蔵野市の観光の特色であると捉え、この特色を通じて来街者が“訪れたい・住みたい”と感じ、また市民も“住み続けたい”と思えるまちをつくっていくことが、武蔵野市の観光の目指す姿であると考えます。

■ 個性豊かで多彩な魅力がある観光資源（歴史、食、カフェ、緑、生活文化、創作アート、音楽）



(2) 数値目標

計画の目的の達成に向けて、今後 10 年間の進捗状況の検証に役立てるため、次のとおり指標を設定します。

愛着や誇りの醸成

- 地域への関心度

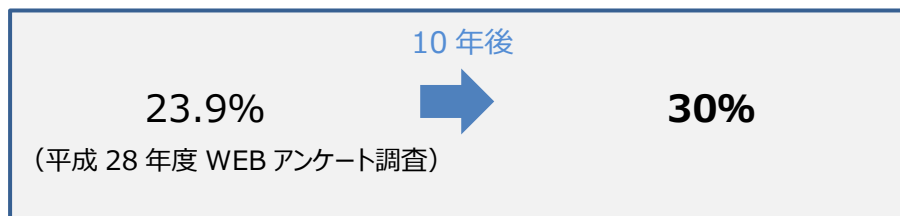


- 地域への愛着度



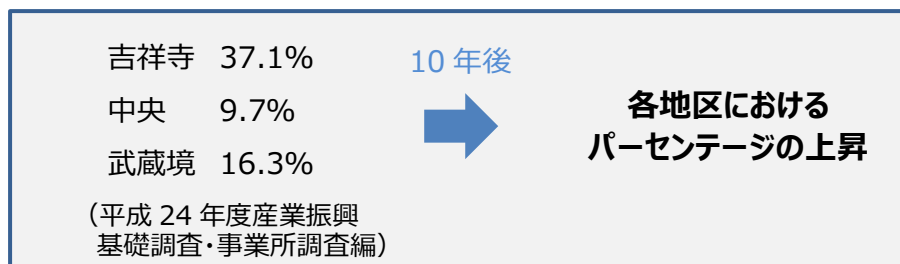
来街者の誘致

- 武蔵野市への来訪意向「是非訪れたい」



地域経済の振興

- 周辺商業地域が「活性化している」・「まあ活性化している」



(3) 観光推進の基本的な方向性

目指す姿を実現し、また観光の特徴を活かし課題を克服するための観光推進の基本的な方向性を次のように設定します。

基本方針 1

多彩な魅力を守り育てる（啓発、活動支援）

これまで武蔵野市の多彩な魅力を守り育ててきた市民とともに、それらの観光資源を大切に継承し、魅力を高め、新たな観光資源を創出する取り組みを進めます。

基本方針 2

多彩な魅力で惹きつける（魅力向上、誘致）

武蔵野市への集客増に向けて、コンテンツ開発や東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の機会の活用、MICE 誘致、競争力を高めるための情報分析等に取り組みます。

基本方針 3

多彩な魅力に親しみやすくする（受け入れ環境整備）

もてなしの担い手の人材育成、防災性の向上、バリアフリー化をはじめとしたユニバーサルデザインの視点に基づく快適な施設整備など、受け入れ環境の改善を進めます。

4 観光推進の方策

（基本方針 1）多彩な魅力を守り育てる（啓発、活動支援）

1）武蔵野市の魅力の市民への周知（再認識できる場の提供）

＜現 状＞

武蔵野市には地域に根付いた芸術・文化、商店街や食、四季を感じられる自然、水辺など暮らしに密着した魅力が多くあり、都市観光の重要な資源となっています。こうした観光資源を持続的に保全・活用していくためには、自分が住むまちの魅力を再認識し、地域への愛着と誇りをもって来訪者に自慢したくなる地域づくりが必要です。

＜推進方向＞

市民が武蔵野市の良さを知り体験できる機会を創出し、まちの魅力を再認識できる場を提供します。特に子どもたちは地域の文化を継承する担い手であることから、様々な機会を通じて地域の観光資源にふれる機会をつくり、人材育成に取り組みます。

＜施 策＞

◎ 商工会議所等によるまちづくり活動（武蔵野吉祥七福神めぐり、イルミネーション事業、Musashino ごちそうフェスタなど）への支援

武蔵野吉祥七福神めぐり、Musashino ごちそうフェスタ等の観光振興事業を支援します。また商店会連合会等、地域活性化に取り組む様々な団体と連携を図りながら、吉祥寺ウェルカムキャンペーンやイルミネーション事業など、地域振興及び来街者増加のための活動に協力していきます。

◎ 観光スポットやテーマごとの学習・交流システムづくり

市民文化祭や市民芸術文化講座等、地域を様々な切り口から取り上げたイベント・講座による学習機会を提供します。また、こうした共通の学習意欲のある方たちが交流できる仕組みについて検討していきます。

◎ 農家と連携した体験型イベント

市内の農家と協力し、市内小学生や市民が収穫等の農業体験や見学を行える機会を企画します。また食の大切さを実感できる取組みを実施します。

◎ **工場・研究所、工房等の見学や体験機会の増加など、市民が楽しめる企画の検討**

工場・研究所、工房等の見学や体験を行う産業観光は、「見て学ぶ」「体験して学ぶ」という観光で、近年人気が高まっています。都市観光の重要な要素として、武蔵野市及び周辺市区の産業施設と連携し、市民が楽しめる観光プログラムの検討を行います。

◎ **武蔵野市ゆかりの人についてメディアでの紹介を促進・支援**

広報誌「季刊むさしの」、市報やホームページ、むさしの-FM の番組などで武蔵野市に在住またはゆかりの深い著名人や各分野で活躍されている方の紹介を促進・支援します。また、毎年公会堂で開催されている武蔵野地域五大学共同講演会の基調講演において、武蔵野市にゆかりのある方などの講演会を開催します。

◎ **東京2020 オリンピック・パラリンピック競技大会に向けたルーマニアホストタウン事業の推進**

市内で行われる各種イベントでルーマニアを紹介するパネル展の開催などを行うほか、ルーマニアの交響楽団や劇団の招聘をはじめとした文化交流や、ルーマニアから本市を訪れる市民のホームステイ受け入れなど、市民レベルでの交流を推進します。

◎ **する・観る・支えるスポーツの推進**

市民がスポーツをより身近に感じ、気軽に楽しむことができるよう、オリンピック・パラリンピック種目等の体験イベントを開催したり、武蔵野市を拠点として活動するチームを観る・応援する機運の醸成を行います。

◎ **市の魅力を外国人に発信するための市民との協働**

外国人に対して市の魅力を発信する広報物を作成するにあたり、無作為抽出ワークショップ、中高生世代広場でのワークショップ、写真公募などを通じて、市民と一緒に市の強みや魅力を考えます。



Musashino ごちそうフェスタ



ルーマニアフェア

2) 多彩な魅力を保全・創出する市民活動の支援

<現 状>

武蔵野市観光機構には武蔵野市観光ボランティアガイドの会が組織されており、月1、2回のペースでまち歩きツアーを開催しています。また、さかい夜市やさかいマルシェなど、学生が運営に参加しているイベントもあり、市民が観光の重要な担い手となっています。今後も武蔵野市の観光を持続的に発展させるためには、市民や市民活動との協働を促進していくことが必要です。

<推進方向>

市民がボランティアガイドなど地域における様々な地域活動に参加することは、武蔵野市の観光が発展する源となるほか、地域の再発見による魅力向上、地域課題の解決、コミュニティの活性化等につながるため、これらの市民活動を支援します。

<施 策>

◎ 武蔵野市観光ボランティアガイドの会によるまち歩き事業への支援

武蔵野市観光ボランティアガイドの会が実施するまち歩き事業に関して、事業PR、まちあるき対象となる民間施設等への理解促進、人材育成等の支援を行います。

◎ 事業者、市民、教育機関、行政の協働によるイベント（武蔵野市トレジャーハンティング※・さかい夜市など）の推進

武蔵野市全域を回遊する体験型謎解き宝探しイベント「武蔵野市トレジャーハンティング」、井の頭恩賜公園100周年記念イベント、「さかい夜市」など、事業者、市民、教育機関、行政の協働によるイベントを推進します。

◎ 観光に関わる市民活動情報の一元化と発信

武蔵野市の水や緑、歴史や文化といったテーマで活動している市民団体の活動情報を一元化し、市民団体主催のイベントに関する情報を発信します。

※武蔵野市トレジャーハンティング：武蔵野市観光機構が主催する、市内を舞台にした体験型謎解きゲーム。回遊しながらまちの中に隠されたキーワードを発見し、ゴールする。

◎ **市民発案による観光プログラムの企画募集と実施（まち歩きイベントなど）**

武蔵野市のファンがまちの活性化に参加するきっかけをつくり、外に発信する活動を育てることを目的として、「にぎわいづくり」に対する企画・運営の案を市民から募集する制度を設けます。

◎ **武蔵野市の知る人ぞ知る魅力を紹介する情報紙等の発行**

武蔵野市の市民やファンだけが知っている面白い情報を情報紙やホームページ、SNS 等により発信することを検討します。

◎ **既存イベント運営事務局への若者などの新たな人材の参画**

既存イベントについて、活動の継続性と企画力を高めるため、新たな若い人材が運営に関与できる体制のあり方や募集方法について検討します。

◎ **イベントサポーターを募るなど、市民と一緒に運営を支える体制づくり**

観光イベントについて、市民自らがイベントサポーターとして楽しみながら活動してもらうことによって、より市民に根付いた観光イベントを開催し、観光まちづくりへの市民の関心を高めていきます。



武蔵野市観光ボランティアガイドの会による
まちあるきの様子



さかい夜市

3) 個性的な店舗の魅力の活用

<現 状>

市内の吉祥寺駅、三鷹駅（北口）、武蔵境駅の周辺には商業地が形成されており、特に吉祥寺地区は、カフェ、インテリア雑貨、ギャラリーなど、個性的な店が多く近隣都市から年齢を問わず人々を惹きつけてきました。個性的な店舗が引き続き地域に根付くことが商店街の魅力維持・向上につながると考えられます。

<推進方向>

武蔵野市の都市観光は、個性的な店舗でのショッピングや飲食に高い人気があります。このような新たな文化を発信・牽引する個店の創業や魅力アピールを支援します。



むさしのプレミアムパンフレット

<施 策>

◎ むさしの創業サポートネットや創業支援施設による創業支援の推進

むさしの創業サポートネットや市内の民間創業支援施設が、創業希望者に対して事業計画の検討から開業後のフォローまで様々な創業支援を行い、市内に魅力的な店舗を増やす取組みを支援します。

◎ Mu〜Shop 制度※など、魅力ある店や商店街づくりへ向けた創意工夫への支援

武蔵野市商店会連合会が実施している、まちでキラキラ輝く商店会自慢の商店を認定する Mu〜Shop 制度の充実を図るとともに、各商店会による企画提案型事業への補助、地元の物産、逸品の周知を目的とした食の祭典「Musashino ごちそうフェスタ」を実施します。

◎ 事業者、市民、教育機関、行政の連携（むさしのプレミアム※）の認定・普及

平成 26 年度にスタートした武蔵野市のおみやげ認定制度「むさしのプレミアム」を引き続き推進していきます。

※Mu〜Shop 制度 : 武蔵野市内の商店会が、自慢の商店を推薦し、市民モニターのチェックを経てその承認を得た商店を Mu〜Shop として認定し顕彰する制度。

※むさしのプレミアム : 武蔵野市観光機構が行う事業で、武蔵野らしい魅力ある商品を「武蔵野市発おみやげブランド品」として認定し、広く内外に情報発信する。有識者・市民審査員等の審査を経て認定される。

4) 観光の意義や効果を市民に伝える情報発信

<現 状>

観光は地域の経済活性化に寄与し、また観光を意識してまちの整備を行うことにより、市民にとっても来街者にとっても安全で快適なまちとなり、市民生活の向上につながります。市民に観光の意義や効果を伝え理解を深めることで、市民とともに都市観光を推進していくことが不可欠です。

<推進方向>

武蔵野市で観光を推進する意義や効果を市民に情報発信し、地域の文化を積極的に活用する取り組みへの理解を深め、応援団を増やします。

<施 策>

◎ 観光シンポジウムの開催

専門家の基調講演やパネルディスカッション等を通じて、武蔵野市の観光の魅力や都市観光を推進する意義を考える観光シンポジウムを開催します。

◎ 観光ボランティアガイドを養成するための講座の定期的開催

来街者に武蔵野市の魅力を紹介する「武蔵野市観光ボランティアガイドの会」で活動される市民を増やすため、武蔵野市観光機構による観光ボランティアガイド養成講座を定期的を開催していきます。



観光ボランティアガイド養成講座

（基本方針 2）多彩な魅力で惹きつける（魅力向上、誘致）

1）魅力あるコンテンツの創造

＜現 状＞

本市には買い物空間、食べ歩き、アニメ・漫画、音楽・演劇・映画・芸能・アート、土産品やものづくり、祭りやイベント、歴史・文化など、多彩で魅力的な観光資源が多くあります。近年、その地域でしかできない体験や交流を求めるニーズが増えており、武蔵野市ならではの観光資源を基にしたプログラムが求められています。

＜推進方向＞

これまでの武蔵野市で育てられてきたコンテンツのブラッシュアップを行うとともに、新しい都市文化をつくるアートや工芸、演芸、アニメ、漫画、スポーツなどを活用したプログラムづくりを推進します。

＜施 策＞

◎ 着地型観光の検討

（一社）日本フォトロゲイニング協会の監修によるフォトロゲイニング※の実施など、武蔵野市観光機構が行う着地型観光商品※の開発を積極的に支援し、地域経済の活性化を図ります。

◎ アニメや漫画の工房・スタジオの集積を活かしたイベント等への支援

市内にアニメや漫画の工房・スタジオが集積していることを活かした「吉祥寺アニメワンダーランド」等のイベントへの支援を行います。

◎ 市を代表する物産や飲食店のブランド発信力の強化（Musashino ごちそうフェスタ、むさしのプレミアム等）

地元の物産、逸品の周知を目的とした食の祭典「Musashino ごちそうフェスタ」や、武蔵野市のおみやげ認定制度「むさしのプレミアム」について、参加店舗の魅力が十分に伝わるよう、事業の発信力強化を支援します。

◎ 芸術・文化の情報発信

井の頭自然文化園の彫刻園を中心として市内に点在する北村西望の作品や、国際オルガンコンクールなど市内の芸術・文化に関する観光資源の情報発信を強化します。

◎ 武蔵野市を舞台にした音楽、映画、ドラマなどの情報収集および発信

武蔵野市フィルムコミッションにおいてロケ誘致や映像制作会社の撮影支援を行います。また映像制作会社やロケ地めぐりに来る来街者に対して情報提供するため、ロケ地実績のデータベース化を行います。

※フォトロゲイニング：地図をもとに時間内にチェックポイントを回り、得点を集めるスポーツ。チェックポイントで見本と同じ写真を撮影し、チェックポイントに設定された数字が得点となる。

※着地型観光商品：旅行者を受け入れる地域で作られる観光商品。地元精通の人が観光プログラムを作成することでその地域ならではの体験を提供できる。

2) 他地域との連携強化

<現 状>

本市は近接する三鷹市、小金井市、西東京市、調布市、杉並区、練馬区などと武蔵野の自然、風土、歴史、文化を共有しており、井の頭恩賜公園や玉川上水など、市域を超えた共通の観光資源があります。今後は隣接自治体との広域連携による観光資源の活用が期待されています。また本市は、9つの市町村※と友好都市関係を結んでいることから、アンテナショップ「麦わら帽子」で各市町村の特産物の販売等を行っていますが、今後も様々な交流により、相互の魅力を生かして地域の活性化を図っていくことが期待されます。

<推進方向>

玉川上水など広域的な広がりを持つ資源を使い、他地域と連携してストーリー性をもつ新たな観光ルートを開発します。また、武蔵野市と友好都市が交流を深めながら相互に地域の魅力を高めていく取り組みを推進していきます。

<施 策>

◎ 近隣都市の広域的な観光資源の活用と観光ルートの開発

玉川上水や井の頭恩賜公園、小金井公園など、武蔵野市だけにとどまらない観光資源の魅力が最大限に発揮されるよう、近隣都市との連携を進めていきます。

◎ 武蔵野市内のイベントへの友好都市の人・産物・祭りなどの参加促進、相互交流の拡大

武蔵野桜まつりとむさしの青空市で、国内の友好都市の特産品の販売を行います。また、コピス吉祥寺のふれあいデッキこもれびで物産展を開催する友好都市の支援を行います。友好都市と共同で設立・運営しているアンテナショップ「麦わら帽子」では引き続き各市町村の特産品を販売し、友好都市について知る機会を持続的に提供します。

※ 9つの市町村：富山県南砺市、長野県安曇野市、同川上村、千葉県南房総市、岩手県遠野市、新潟県長岡市、広島県大崎上島町、山形県酒田市、鳥取県岩美町

3) 情報発信の強化

<現 状>

「吉祥寺まち案内所」※では、来街者に対して窓口案内を行い大変喜ばれています。また市内の食、買い物、イベント情報などが、雑誌、パンフレット、タウン誌、コミュニティFM、ケーブルテレビ、武蔵野市観光機構などを通じて広く伝えられています。しかし、メディアが取材に訪れるのは特定の食やイベント等に偏る傾向があることから、より多様な観光資源の戦略的な売り込みなど受身にならない情報発信の強化が必要です。

<推進方向>

すでに多くのメディアに取り上げられているものだけでなく、市内の多様な観光資源が認知されるよう、メディア（テレビ、新聞、ソーシャルメディア、ケーブルテレビ、コミュニティFM等）を効果的に活用した情報発信を行います。また取材に対しても提案型の情報提供を積極的に行います。

<施 策>

◎ 観光資源の多様な切り口での情報発信

武蔵野市には多彩な観光資源があることをアピールするため、その観光資源が持つストーリーや関わる人物の紹介など、多様な切り口で魅力を引き出し、情報発信していきます。

◎ プレスリリースによる積極的な発信

市が広報のためにメディアに向けて行うプレスリリースを積極的に活用するとともに、魅力的な文面やキャッチコピーなど効果的な情報発信の方法を検討します。

◎ メディア対応の強化

新たな観光スポットや観光コースをメディアに提案するなど、受身ではない提案型の情報提供を行います。

※吉祥寺まち案内所：吉祥寺駅ビルのアトレ1階とサンロード商店街の2箇所に設置されており、アクセス案内・イベント情報・グルメ・ショッピングなど、来街者の観光に関する質問に答えている。吉祥寺駅ビルのまち案内所は観光機構が運営を委託しているが、サンロード商店街のまち案内所は吉祥寺地区の商店街等からなる吉祥寺総合案内所運営委員会が運営し、ボランティアのコンシェルジュが活躍している。

◎ **市外に向けた既存イベントの広報活動の強化**

地域経済の活性化を図るため、既存イベントへの来街者の誘致と消費の拡大を目指し、市外に向けた効果的な広報活動を検討・実施します。

◎ **武蔵野市観光機構から観光関係者への情報提供**

武蔵野市観光機構に集約される観光イベント等の情報を来街者に接することの多い商業者や観光関係者へ提供することで、まちの情報が広く行き渡るようにし、来街者の満足度向上を目指します。

4) 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした外国人観光客の誘致強化

<現 状>

近年、井の頭恩賜公園や三鷹の森ジブリ美術館等を目的として本市を訪れる外国人観光客が増加しています。このような状況の中、武蔵野市観光機構では外国語表記（英語・中国語〔簡体字・繁体字〕・韓国語）の案内マップを作成し、外国人から評価される魅力あるスポットを紹介しています。今後は東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を契機として、外国人観光客のさらなる誘致強化が必要です。

<推進方向>

東京都との連携を強化した武蔵野市の情報発信、外国人向け観光プログラム開発など、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会終了後も見据えた外国人誘客を進めます。

また、主な対象市場であるアジアと、今後増加が見込まれる欧・米・豪に対し、民間事業者との連携を含めた誘致活動を検討します。

<施 策>

◎ インターネットによる多言語対応の観光情報の発信強化

武蔵野市観光機構の多言語ホームページ（英語、中国語〔簡体字・繁体字〕、韓国語）について、言語別の利用特性を分析しながら、必要な情報にアクセスしやすいサイトへの改良を進めていきます。

◎ 多言語対応の観光マップの見直し

武蔵野市観光機構が発行する観光マップ（英語、中国語〔簡体字・繁体字〕、韓国語）について、言語別の利用特性を分析しながら、さらに使い勝手の良いマップとなるよう、デザインや掲載内容について見直しを行います。

◎ 大学等との連携による外国人観光客の観光動向分析

国や地域によって観光のスタイルは異なることから、こういったコンテンツがどの国・地域の人々の関心と呼ぶのか、大学の留学生をはじめとした在日外国人や観光客の意見を聞きながら分析を行います。

◎ **商店街のインバウンド※対応の強化への支援**

商品やメニューなどの多言語での記載や、世界的に主要なクレジットカードの取扱いなど、外国人観光客の受け入れ体制の強化を支援します。また接客に必要な外国語の講座開催や会話集などの作成・配布支援を行います。

◎ **日本文化を楽しみながらまち歩きができる着地型観光商品の検討**

武蔵野市観光機構が市内の文化・芸術団体等や飲食店と連携して実施する日本文化体験のツアープログラムの開発を支援します。

◎ **武蔵野市のプロモーション動画等の作成**

定番のものだけにとどまらない武蔵野市の様々な魅力を市民とともに再発見し、動画やパンフレット等を制作して海外へ発信します。

◎ **官民によるプロモーションの強化**

市と民間が連携し、国内外で開催される旅行博等で情報を発信し、武蔵野市の都市観光のプロモーションを強化します。

◎ **クチコミで情報発信してもらうための方策の検討**

読者が多いブロガーを招待し、武蔵野市を案内し、体験や感想などをブログで発表してもらうなど、SNS やクチコミを通じた情報発信の方策を検討します。

◎ **駅周辺等への Wi-Fi 環境の整備の検討**

現在吉祥寺駅周辺に整備している無料 Wi-Fi 環境の拡充及び他地域への展開について検討します。

※インバウンド：外国人の訪日旅行のこと。インバウンド消費額は年々増大していることから、飲食店や小売業にとって大きなビジネスチャンスといわれている。

5) MICE 誘致

<現 状>

武蔵野市は日本フットボールリーグ（JFL）で活躍する東京武蔵野シティフットボールクラブのホームタウンとなっており、試合の観戦客が訪れます。また、日常的に武蔵野市民文化会館やスイングホール、吉祥寺シアターなどでのコンサートやダンス・演劇等の公演にも数多くの観客が訪れているとともに、4年ごとに武蔵野市民文化会館においてパイプオルガンの世界的コンクールである「武蔵野市国際オルガンコンクール」が開催されています。今後もスポーツや文化などの分野で、市内の既存の施設を生かした MICE 誘致が期待されます。

<推進方向>

市内の団体や企業の特性を活かし、市内の施設等を活用した MICE を推進します。また官民学一体で武蔵野市の文化を活かした集客イベントを支援するほか、主催者が武蔵野市を選択しやすいように窓口の一元化などを行います。

<施 策>

◎ スポーツイベントや公演、コンクールへの支援と観光情報の提供

武蔵野市を本拠地とする東京武蔵野シティフットボールクラブの公式試合や交流活動、市内ホールでの公演、「武蔵野市国際オルガンコンクール」などへの支援を行います。また、様々なスポーツにおいて、練習成果を試し、かつ参加者同士の交流の場ともなるスポーツ大会も支援します。さらに、観客を対象として、周辺の飲食店などの情報を掲載した観光マップ等を提供することで市内の観光振興にもつなげます。

◎ 海外からの視察の受け入れ

市内の施設の受け入れ、集客イベント会場としてのアピールをするため、会議施設やスポーツ施設等への主催者の視察受け入れを支援します。

6) 武蔵野市の多彩な魅力を磨くための情報分析と戦略構築

＜現 状＞

武蔵野市では様々な観光イベントが行われ、各実施主体では広報活動によってイベントを周知していますが、実施効果や課題を分析するための情報収集が十分にできているとは言えないのが現状です。今後、観光事業の魅力向上を図る戦略を練っていくためには、武蔵野市に来訪する人の目的や人数、消費動向、また観光のトレンドなど、観光事業に関する情報収集と分析を継続的に行っていくことが必要です。

＜推進方向＞

来街者の特性把握、メディアで取り上げられている武蔵野市に関する情報の分析、近隣の類似都市との差別化など、武蔵野市の魅力を磨くための情報分析を継続します。

＜施 策＞

◎ 観光事業の現状把握と整理

現在行われている観光事業について、各主体と連携しながら参加者データ（来街者数、一人当たり消費額、満足度等）、運営状況、効果などの現状を把握し、今後効率的な事業展開を図れるよう、事業の魅力アップ方策を整理します。

◎ 来街者や市民の観光事業に対する意見・要望を反映させる仕組みづくり

まち案内所に寄せられる来街者のニーズを集積し、分析を継続的に実施するなど来街者や市民の意見や要望を把握し、観光まちづくりに反映できるよう仕組みづくりを行います

◎ RESAS（リーサス）※等ビッグデータを活用した情報分析と、その共有

RESAS（リーサス）をはじめとしたビッグデータを活用し、誘客の改善点の把握と対応策の検討を行います。また、戦略的な観光振興ができるよう、外部への提供が可能なデータや分析結果は観光関係団体と共有します。

※RESAS（リーサス）：地方自治体の様々な取り組みを情報面から支援するために国（内閣官房）が提供する地域経済分析システム。産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約して可視化するもので、「産業マップ」「観光マップ」「人口マップ」「自治体比較マップ」の4つで構成されている。

（基本方針３）多彩な魅力に親しみやすくする（受け入れ環境整備）

１）もてなす人材の育成

＜現 状＞

現在、武蔵野市観光ボランティアガイドの会がまち歩きイベントを開催しているほか、公園の清掃や花壇の手入れを行う「緑ボランティア」、駅前周辺地区の清掃活動を行う「朝一番隊」などの取り組みが行われ、快適なまち歩き環境が形成されています。今後も来街者に“武蔵野市にまた来たい”と感じていただくために、観光に携わる事業者だけでなく、観光まちづくりに参加したいと希望する市民や学生が、楽しみながら活躍できるしくみづくりが必要です。

＜推進方向＞

おもてなしや観光コーディネートに関わる専門分野の人材育成や、既存の市民活動とも連携した多様な観光ボランティアガイドの育成を行います。

＜施 策＞

◎ 地域ガイドなど市民ボランティアの育成

外国人観光客を含む来街者及び東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会開催に向け、武蔵野市を訪れる観光客を案内できるよう市民や学生のボランティアガイドを育成します。

◎ 水や緑、歴史や文化等に関わる市民団体との連携

武蔵野市の水や緑、歴史や文化をテーマに活動している市民団体と連携し、市民団体が市民や来街者に地域資源の魅力を伝える機会をつくっていきます。

◎ 多言語対応のガイド育成

訪日外国人旅行者の受入れを強化するため、英語・中国語・韓国語などの外国語対応ができる通訳ガイドや観光ガイドの育成を行います。

◎ 事業者等への観光情報の提供

事業者等事業者が自らの業務を通して積極的に来街者に観光情報を発信できるよう、情報提供を行います。

2) 観光客の安全・安心の向上

<現 状>

現在、武蔵野市観光機構や駅、大型店等の案内所で医療機関等の情報を共有したり、広域避難場所で緊急時に必要な公共サインを整備する取り組みを行っています。今後も観光客に安心して買い物や街歩きを楽しんでもらうためには、事故や犯罪を防ぐための基盤づくりとともに、緊急時に安全を確保できる仕組みを整えていく必要があります。



吉祥寺駅周辺帰宅困難者対策訓練

<推進方向>

災害発生時における帰宅困難者対策や、来街者の安全・安心の維持に努めます。

<施 策>

◎ 吉祥寺駅周辺帰宅困難者対策訓練の実施

震災発生時、多数の帰宅困難者の発生が見込まれる吉祥寺駅周辺において、「吉祥寺駅周辺混乱防止ルール」に基づいた吉祥寺駅周辺帰宅困難者対策訓練を行います。

◎ 防犯カメラを活用した安全の確保

防犯カメラは、犯罪の発生抑止および犯罪の立証に有用です。市立小学校全12校の通学路に合計60台設置されている防犯カメラや学校・地域等による見守り活動を犯罪の抑止力として活用するとともに、商店街区域に防犯カメラを設置する商店会に対し支援を行うことで、来街者の安全・安心を確保します。

◎ 商店会装飾街路灯のLED化支援

商店会が所有している装飾街路灯のランプのLED化によって明るさを上げ、来街者の安全に配慮する商店会の活動を支援します。

3) 交通環境の整備

<現 状>

武蔵野市にはＪＲ中央線・京王井の頭線・西武多摩川線が乗り入れており、市外からのアクセスは極めて良好と考えられます。路線バスも充実しており、歩いて楽しむ都市観光ができるまちです。また、市内の交通不便な地域を解消するため、「ムーバス」が７路線９ルートで運行されており、観光のための交通手段としての役割も期待できます。一方で自転車については、駐輪場の容量との兼ね合いもあり、積極的に活用するまでには至っていません。今後は、様々な交通手段を組み合わせながら市内を回遊できる仕組みが必要と考えられます。



ムーバス

<推進方向>

市内を快適に移動し楽しんでいただくために、バスの利用環境の改善やわかりやすい情報提供をするとともに、徒歩や自転車で走行できる環境整備を進めます。

<施 策>

◎ ムーブスの利便性向上に向けた検討

駅から離れた観光スポットへの交通手段として、あるいは武蔵野市の風景を楽しむ手段として、ムーバスが来街者にも気軽に利用できるよう分かりやすい情報提供など、利便性の向上につながる方策を検討します。

◎ パーク・アンド・ライド・システムの利用促進

自動車での来街者には「ムーパーク」に駐車して吉祥寺との往復にムーバス等の公共交通機関を利用してもらうパーク・アンド・ライド・システムを引き続き実施し、駅周辺への一般車輛の乗入れを抑制することで、交通混雑の緩和や違法駐車の防止を図ります。

◎ レンタサイクルの事業地点と台数の拡充、貸出場所の周知

市が実施し、(公財)自転車駐車場整備センターが管理運営する「吉祥寺大通り東自転車駐車場」でのレンタサイクル事業を継続しながら、民間事業者が実施するレンタサイクル事業の動向も踏まえて、連携を検討していきます。

4) 誰もが快適に過ごせるまちづくりの推進

<現 状>

武蔵野市では駅、道路、都市公園等において段差の解消や通路の拡幅などのバリアフリー化を進めています。都市観光を推進していくにあたって、高齢者や子ども、身体の不自由な人が安心して快適に市内を来訪、回遊できる環境づくりが必要です。また、外国人観光客に対しても案内所やサイン等、わかりやすい案内機能の充実が必要です。

<推進方向>

観光スポットのトイレ・駐車場の充実やバリアフリー化の推進など、誰もが快適に観光できるまちづくりを進めます。また、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会に間に合うように外国人のための宿泊や交通、観光案内、飲食、買物等の受け入れ環境の改善を進めます。

<施 策>

◎ 水辺、緑地空間の整備、保全

「仙川水辺環境整備基本計画」や「千川上水整備基本計画」に基づき、仙川や千川上水の整備及び保全に努めます。また、玉川上水は「史跡玉川上水保存管理計画」や「三鷹駅北口街づくりビジョン」に基づき、管理者である東京都を中心に関係機関と連携し、整備及び保全に努めていきます。

◎ 散策コース沿いにトイレや休憩スポットなどの確保

市内事業者の協力を得て、店舗内のトイレを市民や来街者が利用できるよう一般開放しています。今後はトイレの場所を観光マップに掲載し、市内散策の快適性の向上を目指します。

◎ バリアフリー施策の推進や公共サインの整備

バリアフリー基本構想に基づき、鉄道、バス、道路、公園、建築物、信号機等のバリアフリー整備を実施していきます。公共サインについては、平成 24 年度策定の公共サインガイドラインに基づき、市内で統一的なサイン整備を行います。

◎ まち歩き・都市観光の安全・安心に対応する組織等の整備

吉祥寺駅周辺において、不適切なつきまとい勧誘行為や路上宣伝行為等に対する指導を行う「ブルーキャップ」の運用を行います。

◎ **ベビーカー貸出しサービス事業「ベビ吉」の実施**

ベビーカー貸出しサービス事業は、来街者が誰でも無料で利用できるサービスで、吉祥寺駅周辺で行っています。親子でまち歩きが快適に楽しめるよう「子育てに優しいまち吉祥寺」をサポートします。

◎ **民泊についての検討**

「民泊サービス」（自宅の一部や空き別荘、マンションの空室などを活用して宿泊サービスを提供するもの）に関するメリットとデメリットを整理しその内容を市民に発信するとともに、市民の安全・安心の確保を第一に適正なルールづくりを検討します。

◎ **コインロッカー整備への働きかけ**

外国人観光客等、遠方からの来街者が大きな荷物を抱えて移動する疲労を味わうことなく、快適にまち歩きができるよう駅周辺にコインロッカーの整備を進めてもらえるよう、事業者へ働きかけます。

◎ **空港バス発着所周辺のサインや案内標識の充実**

吉祥寺駅前には空港連絡バスの発着所があり、羽田空港・成田空港のどちらとも直行ルートで結ばれています。初めて武蔵野市を訪れる人がスムーズに観光情報を入手できるよう、空港バス発着所周辺に、まち案内所までのルートを示したチラシの設置や地図・多言語サイン等の整備を検討します。

5 重点プロジェクト

ラグビーワールドカップ 2019 日本大会及び東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催などから、今後さらにインバウンドは増加していくと見込まれます。この時期を好機と捉え、大会期間中に武蔵野市に来訪した国内外の観光客に武蔵野市の魅力を伝えることが、リピーターの獲得に結び付くと考えられます。

また、参加意欲のある市民の協力を得ながら地域の自然や歴史・文化を生かした手づくりの観光プログラムを武蔵野市全域で展開していくことで、近年人気が高まっている着地型観光（観光客の受け入れ先が地元ならではのプログラムを企画）や、市民に愛される地域の個性を生かしたまちづくりを推進することができます。

さらに、今実施されているイベントは、運営に携わる方々の長年のノウハウがつまった武蔵野市の貴重な観光資源ですが、さらなる魅力向上や継続性といった点を考えると、PDCA※の視点で検証し改善していくことも重要です。

上述した3点については、計画期間前半の5年間で重点的に取り組むべきテーマとして以下の3つのプロジェクトに位置づけ、関連する施策を優先的に実施していきます。

※PDCA：plan（計画）、do（実施）、check（評価）、action（改善）の頭文字を取ったもので、行政政策や企業の事業活動にあたって計画から見直しまでを一貫して行い、さらにそれを次の計画・事業にいかそうという考え方。

■ 3つの重点プロジェクト

重点プロジェクト1

国際的スポーツイベントを契機とした観光推進

重点プロジェクト2

市民や学生が参画しやすい観光まちづくりの推進

重点プロジェクト3

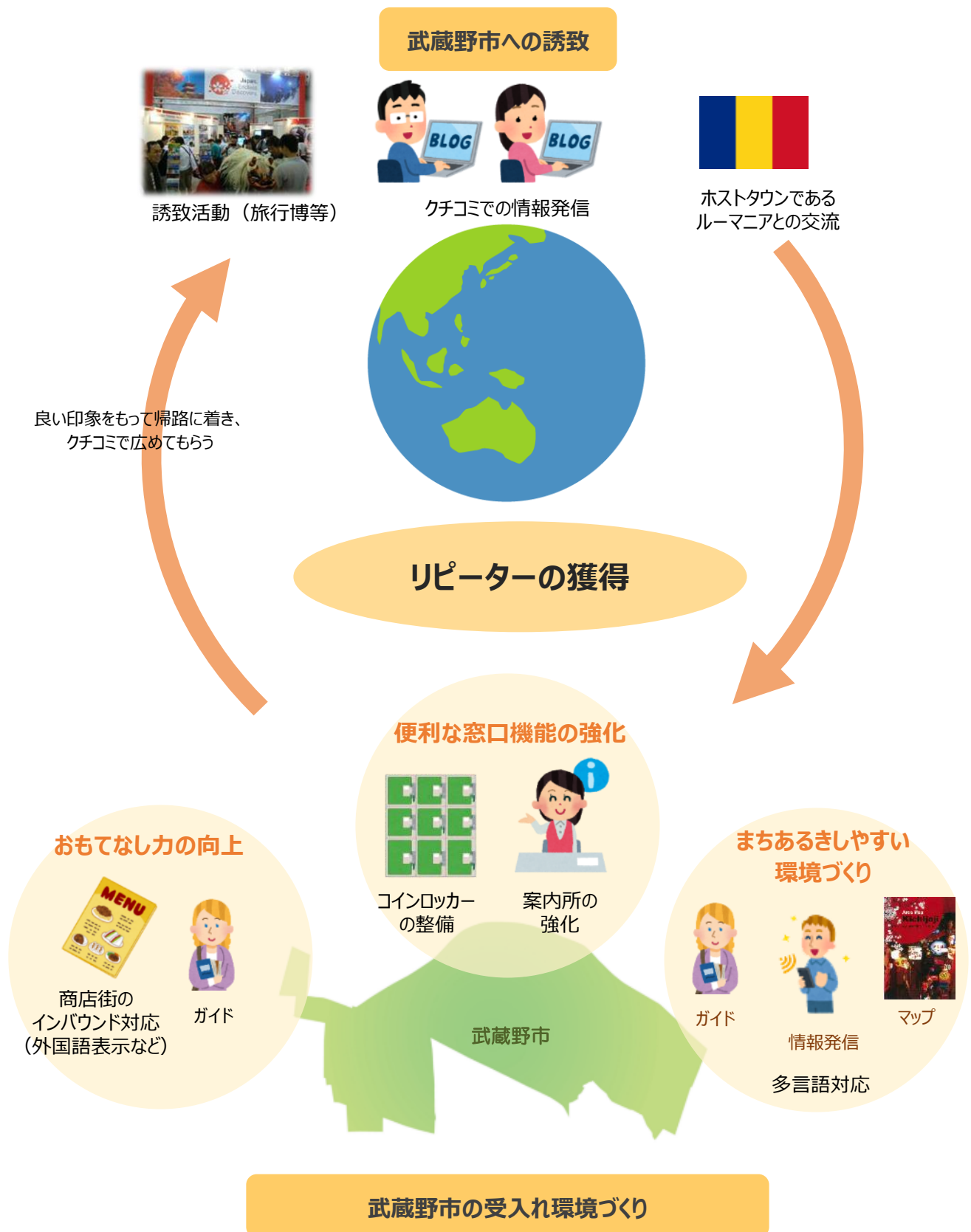
来街者を呼び込むための既存イベントの魅力アップ

（重点プロジェクト1）国際的スポーツイベントを契機とした観光推進

ラグビーワールドカップ 2019 日本大会及び東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向けて、国内外からの多くの旅行者が武蔵野の魅力に触れる機会を増やすことで、大会後のリピーター獲得につなげていきます。

＜施策＞

- ◎ インターネットによる多言語対応の観光情報等の発信（武蔵野市観光機構ホームページ等）
- ◎ 観光マップの戦略的見直し
- ◎ 大学等との連携による外国人観光客の観光動向分析
- ◎ 商店街のインバウンド対応の強化
- ◎ 武蔵野市のプロモーション動画等の作成
- ◎ 民間事業者による誘致活動への支援
- ◎ クチコミで情報発信してもらうための方策の検討
- ◎ 多言語対応のガイド育成
- ◎ 東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会に向けたルーマニアホストタウン事業の推進
- ◎ 民泊についての検討
- ◎ コインロッカー整備への働きかけ
- ◎ 空港バス発着所周辺のサインや案内標識の充実



重点プロジェクト1のイメージ

（重点プロジェクト２）市民や学生が参画しやすい観光まちづくりの推進

来街者にも市民にも武蔵野市の新たな魅力を発見してもらうため、既存の市民活動等の実績を活かした観光プログラムを提供するなど、市民や学生をはじめとした多様な主体が武蔵野市の観光に参加できる観光まちづくり体制を整えます。

＜施策＞

- ◎ 武蔵野市観光ボランティアガイドの会によるまちあるき事業への支援
- ◎ 事業者、市民、教育機関、行政の協働によるイベント（武蔵野市トレジャーハンティング・さかい夜市など）の推進、新規イベントの開発
- ◎ 商業者等への観光情報の提供
- ◎ 地域ガイドなど市民ボランティアの育成
- ◎ 水や緑、歴史や文化等に関わる市民団体との連携
- ◎ 観光シンポジウムの開催
- ◎ 観光に関わる市民活動情報の一元化と発信
- ◎ 市民発案による観光プログラムの企画募集と実施（まち歩きイベントなど）
- ◎ 武蔵野市のまだ知られていない魅力を紹介するわかりやすい情報紙の発行
- ◎ 各団体や市民・学生をコーディネートする武蔵野市観光機構の体制強化



重点プロジェクト2のイメージ

(重点プロジェクト3)来街者を呼び込むための既存イベントの魅力アップ

市内で実施されているイベントについて、これまで以上に来街者を誘致して地域経済の振興を図るため、モデルイベントを設定し、重点的に魅力を高める取り組みを実施します。

<施策>

- ◎ 観光事業の現状把握と整理（現況データの把握：来街者数、一人当たり消費額、満足度等）
- ◎ 運営事務局への新たな人材の巻き込み、若手の登用
- ◎ イベントサポーターを募るなど、市民と一緒に運営を支える体制づくり
- ◎ 市外に向けた既存イベントの広報活動の強化

■ イベント見直しの視点（例）

<現状評価>

- ・ まちの魅力を高めるイベントとなっているか。
- ・ 開催の趣旨や目的に沿ったものとして実施され、効果が表れているか。
- ・ 効果に比して、財政的・人的な負担は適正であるか。財政面で自立化の方向性があるか。
- ・ 騒音や交通渋滞、ゴミなどで地域に負荷をかけていないか。
- ・ イベントPRが誘客につながっているか。
- ・ 来街者に対し交通アクセス、案内、休憩、安全性など快適な利用環境が整えられているか。

<見直し改善>

- ・ 企画、周知について、さらに市外から誘客するための取り組みはあるか。
- ・ 人材発掘、協力体制構築など、イベントを継続していくために新たな人材やサポーターを巻き込む取り組みを行っているか。
- ・ 同じような種類（内容）のイベントとの整理統合により規模拡大や関係者の負担軽減が図れないか。

観光事業の現状把握と整理 (現況データの把握)

現在地域経済に係わる様々なビックデータを集めた「RESAS(リーサス)」が公開されています。

「RESAS」では、人の流れやインバウンドの動向など観光に関するデータも把握することができ、観光マーケティングに活用する自治体が増えています。

武蔵野市でも既存イベントを含む観光事業を今後効率的に展開していくため、リーサスを活用した情報分析の検討が必要です。

RESAS
(リーサス)



運営事務局への若者などの 新たな人材の巻き込み

イベントの運営事務局は固定化されたメンバーだけでは負担が大きいため、若い世代など新たな人材を増やしていくことが求められています。

■参考事例

<モノマチでは…>

イベントの回数を重ねる中、やる気のあ
る若い世代の意思
を尊重することで、
実行委員会の世
代交代が進まし
た。



イベント運営に多くの若い世代が参加している

既存イベントの魅力アップ

市外に向けた既存イベントの 広報活動の強化

広く来街者を誘致するため、近隣市区や沿線地域など、市外に向けた効果的な広報活動が求められています。

■参考事例

<モノマチでは…>

地域に住むアーティストがホームページや印刷物をデザインし、参加したいと思わせる魅力的なものとなっています。



モノマチのチラシ

市民と一緒に運営を 支える体制づくり

イベントがより市民に身近なものになるよう、市民がイベントサポーター（ボランティア）として一緒に運営を支える仕組みが必要です。

■参考事例

<モノマチでは…>

イベントに来たお客さんがその魅力を知って、次回からボランティアとして運営に参加するといった好循環が生まれています。



モノマチのボランティア

図 重点プロジェクト3のイメージ

参考事例の「モノマチ」とは…

台東区御徒町～蔵前地域に集積するものづくり企業が中心となって平成23年から実施しているまち歩きイベント。「まち全体で仕事場を公開する」というコンセプトのもと、デザイナーや職人と来街者がふれあうことでまちとのづくりのファンを育てることを目的としている。本計画の策定にあたって策定委員会で視察を行い、イベント成功の秘訣をうかがった。

■ 目的や課題に対する重点プロジェクトの位置づけ

		重点プロジェクト		
		1	2	3
観光推進 の目的	愛着や誇りの醸成		◎	
	来街者の誘致	◎	○	○
	地域経済の振興	○		◎
観光の 課題	＜愛着や誇りの醸成に関する課題＞			
	市民が楽しみ、市民が友を招き案内したいと感じる「観光まちづくり」を展開する	○	○	○
	＜来街者の誘致に関する課題＞			
	ターゲットを明確にして来街者を誘致する	○		○
	武蔵野市の都市観光のイメージを明確に打ち出す		○	
	武蔵野市ならではの観光資源を活用する		○	○
	観光客にわかりやすい情報提供や快適な観光を支えるインフラ整備を行う	○	○	
	＜地域経済の振興に関する課題＞			
	観光の経済効果を地域に波及させる	○		○
	＜推進体制の構築に関する課題＞			
	武蔵野市観光機構の役割を明確にする	○	○	○
	多様な市民や学生が参加しやすい仕組み、交流・連携の仕組みをつくる	○	○	○
	観光を支える担い手の育成と継続できるイベントの仕組みをつくる		○	○
	東京都や隣接地域と連携する	○		
	3 駅勢圏の連携を強化する		○	
	行政でなければ対応できない取り組みの着実な実施及び庁内連携の強化	○		

6 観光推進計画の推進体制

計画および重点プロジェクトの推進にあたっては、計画を着実に実行し、その進捗状況を確認・評価するとともに、そこで生じた課題や新たなニーズを、次の取り組みにフィードバックしていく必要があります。

また、評価や検証にあたっては、実施主体によるフィードバックだけでなく、専門的知見に基づく客観的な測定も必要と考えられます。

このため、都市観光の専門家による外部評価を実施し、その後の各施策の方向性やイベントの自立性について検討していきます。

■観光まちづくりに関わる各主体の期待される役割

武蔵野市の都市観光は、観光消費を通じて地域の経済活動を活性化するだけでなく、地域に対する市民の誇りや郷土愛を醸成して豊かな市民生活を実現するなど、多様な効果の発揮を目指して取り組むものです。

このため、都市観光を推進するには市民・市民活動団体、民間事業者、関係団体（商店会、商工会議所等）、武蔵野市観光機構、行政といった非常に多くの主体が本計画の目的や取り組み方針について共通認識を持ち、担い手となっていくことが期待されます。

以下にそれぞれの主体の役割を記載します。

【市民・市民活動団体】

まちづくりにおける観光の重要性についての関心と理解を深めるとともに、地域における観光推進に向けた取組みへ楽しみながら参加・協力することが期待されます。

【民間事業者】

来街者に対して高質なサービスを提供することでリピーターの獲得を図るとともに、地域経済の活性化につながるような事業活動に努める役割が期待されます。

【関係団体】

観光関係者と相互に連携を図りつつ、各団体の強みを生かした活動により観光の振興に努める役割が期待されます。

【武蔵野市観光機構】

観光に関する現況の把握、観光資源の調査・開発、情報収集・発信、ガイドの育成、シンポジウムやセミナーの実施及び地域イベント企画運営など、市の観光全般に関するプロモーションやプロデュース、コーディネート等を実施することが期待されます。

【市】

本計画の策定主体として、国・都・関係市区町村などの行政機関、市内の観光関連の各実施主体との役割分担を踏まえながら自ら施策や事業を実施するとともに、多様な実施主体と相互に連携しつつ、計画の着実な進捗に向けて総合的に取り組みます。

資料編

付属資料 1 WEB アンケートの結果

(1) アンケート概要

■目的

東京都および隣接する県の方を対象に、武蔵野市に対する認知度及び、来訪経験や来訪意思の有無等の調査を行い、武蔵野市の観光施策を検討する際の参考とする。

■実施概要

日 時：平成 28 年 8 月上旬

方 法：インターネットリサーチ会社を利用

圏 域：東京都（23 区、23 区外）、神奈川県、埼玉県、千葉県

性 別：5：5

年 代：10・20 代、30 代、40 代、50 代、60 代、70 代以上

標本数：各地区 180 人、各年代 150 人(計 900 人)

	23区		23区外		神奈川		埼玉		千葉		計
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	
10・20代	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	150
30代	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	150
40代	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	150
50代	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	150
60代	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	150
70代	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	150
計	180		180		180		180		180		900

（２）アンケート結果（概要）

Q 1. 武蔵野市を知っていますか。

- ①：名前も場所も知っている
- ②：名前は聞いたことはあるが、どこにあるかはわからない
- ③：名前も場所も知らない

【結果概要】

- ・ 全体では、「名前も場所も知っている」が 65.9%で最も高い。
- ・ 地区別では「名前も場所も知っている」は東京都（23 区外）で、「名前は聞いたことはあるが、どこにあるかはわからない」は神奈川県で全体と比較して高い。
- ・ 年代別では、「名前も場所も知っている」は 60 代、70 代以上で、「名前は聞いたことはあるが、どこにあるかはわからない」は 10・20 代、30 代で、「名前も場所も知らない」は 10・20 代で全体と比較して高い。
- ・ 男女別では、「名前も場所も知っている」は「男性」で、「名前は聞いたことはあるが、どこにあるかはわからない」は「女性」で全体と比較して高い。

Q 2. 武蔵野市の駅名で知っているものすべてに○をつけてください。（複数回答）

- ①：吉祥寺（きちじょうじ）
- ②：三鷹（みたか）
- ③：武蔵境（むさしさい）

【結果概要】

- ・ 全体では、「吉祥寺（きちじょうじ）」が 91.9%で最も高く、次いで「三鷹（みたか）」が 85.9%で続く。
- ・ 地区別では東京都（23 区外）で「武蔵境（むさしさい）」「吉祥寺（きちじょうじ）」が全体と比較して高い。
- ・ 年代別では、「10・20 代」で「知っているものはない」、「70 代以上」で「武蔵境（むさしさい）」が全体と比較して高い。
- ・ 男女別では全体と比較して大きな違いは見られなかった。

Q 3. 武蔵野市内の観光資源で知っているものに○をつけてください。（複数回答）

- ①：吉祥寺の商店街（大型店を含む）
- ②：ハーモニカ横丁
- ③：井の頭恩賜公園
- ④：武蔵野中央公園
- ⑤：武蔵野プレイス、スイングホール
- ⑥：吉祥寺美術館、吉祥寺シアター
- ⑦：杵築大社、武蔵野八幡宮、四軒寺等の寺社
- ⑧：玉川上水、千川上水、市役所前の桜並木、成蹊学園のケヤキ並木等、水や緑に関する名所
- ⑨：武蔵野総合体育館、陸上競技場、ストリートスポーツ広場等スポーツ施設
- ⑩：中島飛行機武蔵製作所跡地等の戦争遺跡
- ⑪：ボランティアガイドが案内するまちあるき（イベント）
- ⑫：果樹園での収穫体験や農産物直売所の利用（イベント）
- ⑬：吉祥寺音楽祭・大吉祥抽選会（イベント）
- ⑭：吉祥寺秋まつり（イベント）
- ⑮：武蔵野市トレジャーハンティング（イベント）
- ⑯：吉祥寺アニメワンダーランド（イベント）
- ⑰：市内3駅イルミネーション（イベント）
- ⑱：Musashino ごちそうフェスタ（イベント）
- ⑲：武蔵野吉祥七福神めぐり（イベント）
- ⑳：その他

【結果概要】

- ・ 全体では、「井の頭恩賜公園（通称：井の頭公園）」が75.6%で最も高く、次いで「吉祥寺の商店街（大型店を含む）(57.4%)」「玉川上水、千川上水、市役所前の桜並木、成蹊学園のケヤキ並木等、水や緑に関する名所(37.9%)」である。
- ・ 地区別では、東京都（23区外）で「ハーモニカ横丁」「吉祥寺の商店街（大型店を含む）」「玉川上水、千川上水、市役所前の桜並木、成蹊学園のケヤキ並木等、水や緑に関する名所」、神奈川県で「知っているものはない」が全体と比較して高い。
- ・ 年代別では、10・20代で「知っているものはない」、30代で「井の頭恩賜公園（通称：井の頭公園）」、50代で「ハーモニカ横丁」「吉祥寺の商店街（大型店を含む）」「玉川上水、千川上水、市役所前の桜並木、成蹊学園のケヤキ並木等、水や緑に関する名所」、60代で「玉川上水、千川上水、市役所前の桜並木、成蹊学園のケヤキ並木等、水や緑に関する名所」、70代以上で「玉川上水、千川上水、市役所前の桜並木、成蹊学園のケヤキ並木等、水や緑に関する名所」「武蔵野中央公園」「井の頭恩賜公園（通称：井の頭公園）」が全体と比較して高い。
- ・ 男女別では全体と比較して大きな違いは見られなかった。

Q 4. 武蔵野市（吉祥寺・三鷹・武蔵境）で思い浮かぶイメージはどんなことですか。当てはまるものすべてに○をつけてください。（複数回答）

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">①：吉祥寺の商店街などショッピング・グルメが楽しめる街②：アニメ・漫画や映画・ドラマの舞台となっている街③：音楽・演劇など芸術文化が盛んな街④：お菓子・農産物・手づくりアート作品などものづくりが盛んな街⑤：イベントや祭りが多くある街⑥：玉川上水や神社・寺院など歴史ある施設が多くある街⑦：井の頭恩賜公園がある街⑧：居住地として人気がある街（住みたいまちランキング上位）⑨：その他⑩：とくにイメージがない |
|--|

【結果概要】

- ・ 「吉祥寺の商店街などショッピング・グルメが楽しめる街」が 60.1%で最も高く、次いで「井の頭恩賜公園がある街(56.6%)」「居住地として人気がある街（住みたいまちランキング上位）(35.0%)」である。
- ・ 地区別では、東京都（23 区外）で「吉祥寺の商店街などショッピング・グルメが楽しめる街」「居住地として人気がある街（住みたいまちランキング上位）」「アニメ・漫画や映画・ドラマの舞台となっている街」、神奈川県・千葉県で「とくにイメージがない」が全体と比較して高い。
- ・ 年代別では、10・20 代で「とくにイメージがない」、30 代で「アニメ・漫画や映画・ドラマの舞台となっている街」、50 代で「居住地として人気がある街（住みたいまちランキング上位）」、60 代で「玉川上水や神社・寺院など歴史ある施設が多くある街」「井の頭恩賜公園がある街」、70 代以上で「玉川上水や神社・寺院など歴史ある施設が多くある街」「井の頭恩賜公園がある街」「居住地として人気がある街（住みたいまちランキング上位）」が全体と比較して高い。
- ・ 男女別では、女性で「吉祥寺の商店街などショッピング・グルメが楽しめる街」が全体と比較して高い。

Q5.これまで武蔵野市を訪れたことがありますか。

- ①：一度ある
- ②：複数回ある
- ③：ない

【結果概要】

- ・ 全体では、「複数回ある」が60.8%で最も高い。
- ・ 地区別では、「複数回ある」は東京都（23区）、東京都（23区外）で、「ない」は神奈川県、千葉県で全体と比較して高い。
- ・ 年代別では、「複数回ある」は40代、50代、70代以上で、「ない」は10・20代で全体と比較して高い。
- ・ 男女別では全体と比較して大きな違いは見られなかった。

Q6. 武蔵野市を訪れた時の主な目的はなんですか。あてはまるものすべてに○をつけてください。（複数回答）※5で①、②に○をつけた人のみ

- ①：ショッピング
- ②：グルメ（飲食・カフェめぐりなど）
- ③：井の頭恩賜公園、武蔵野中央公園などの公園散策
- ④：映画・ドラマのロケ地やアニメの舞台の地巡り
- ⑤：演劇・音楽などのライブ鑑賞
- ⑥：祭り・イベントへの参加
- ⑦：玉川上水、寺社などの旧跡巡り
- ⑧：果樹園での収穫体験や農産物直売所の利用
- ⑨：スポーツ（練習・大会などへの参加）
- ⑩：スポーツ（観戦・応援）
- ⑪：家族・友人への訪問
- ⑫：ビジネス
- ⑬：住んでいるもしくは通勤・通学
- ⑭：その他

【結果概要】

- ・ 全体では、「井の頭恩賜公園、武蔵野中央公園などの公園散策」が51.1%で最も高く、次いで「ショッピング(49.7%)」「グルメ（飲食・カフェめぐりなど）(37.9%)」である。
- ・ 地区別では、東京都（23区外）で「ショッピング」「グルメ（飲食・カフェめぐりなど）」「井の頭恩賜公園、武蔵野中央公園などの公園散策」、神奈川県・千葉県で「家族・友人への訪問」が全体と比較して高い。
- ・ 年代別では、10・20代で「ショッピング」「祭り・イベントへの参加」、50代で「ビジネス」、60代で「家族・友人への訪問」「玉川上水、寺社などの旧跡巡り」、70代以上で「井の頭恩賜公園、武蔵野中央公園などの公園散策」「玉川上水、寺社などの旧跡巡り」「家族・友人への訪問」が全体と比較して高い。
- ・ 男女別では、男性で「ビジネス」、女性で「ショッピング」「グルメ（飲食・カフェめぐりなど）」が全体と比較して高い。

Q7. これまで武蔵野市を訪れた際、情報をどこから得ましたか。あてはまるものすべてに○をつけてください。

(複数回答) ※5で①、②に○をつけた人のみ

- ①：テレビ
- ②：新聞
- ③：雑誌
- ④：インターネット
- ⑤：ツイッター・フェイスブック等のSNS
- ⑥：武蔵野市のホームページ
- ⑦：武蔵野市観光機構のホームページ
- ⑧：家族・友人のクチコミ
- ⑨：駅・電車の広告
- ⑩：駅に置いてあるパンフレット
- ⑪：武蔵野市内の観光案内所
- ⑫：その他
- ⑬：とくにない

【結果概要】

- ・ 全体では、「とくにない」が37.9%で最も高く、次いで「家族・友人のクチコミ(30.9%)」「インターネット(27.3%)」である。
- ・ 地区別では東京都(23区外)で「テレビ」「インターネット」「新聞」が全体と比較して高い。
- ・ 年代別では、10・20代で「インターネット」「ツイッター・フェイスブック等のSNS」「テレビ」、30代で「インターネット」、40代で「家族・友人のクチコミ」「テレビ」、50代で「とくにない」、70代以上で「武蔵野市のホームページ」「新聞」「家族・友人のクチコミ」が全体と比較して高い。
- ・ 男女別では、女性で「家族・友人のクチコミ」が全体と比較して高い。

Q8. 今後武蔵野市を訪れたいと思いますか。あてはまるものを一つお答えください。

- ①：是非訪れたい
- ②：機会があれば訪れたい
- ③：特に訪れたいとは思わない

【結果概要】

- ・ 全体では、「機会があれば訪れたい」が52.2%で最も高い。
- ・ 地区別では、「是非訪れたい」は「東京都(23区外)」で、「機会があれば訪れたい」は「埼玉県」で、「特に訪れたいとは思わない」は「神奈川県」で全体と比較して高い。
- ・ 年代別には、「是非訪れたい」は「10・20代」で、「機会があれば訪れたい」は「60代」「70代以上」で全体と比較して高い。
- ・ 男女別では全体と比較して大きな違いは見られなかった。

Q9. 特に訪れたいとは思わない理由について、あてはまるものすべてに○をつけてください（複数回答）※

8で③に○をつけた人のみ

- ①：行きたいと思う魅力的な施設やイベントがない
- ②：混雑している（人混み・交通渋滞）
- ③：今住んでいるところから遠い・交通（電車・バスなど）のアクセスが悪い
- ④：駐車場が少ない
- ⑤：他にも魅力的な都市がある
- ⑥：武蔵野市についてよく知らない

【結果概要】

- ・ 全体では、「武蔵野市についてよく知らない」が46.5%で最も高く、次いで「今住んでいるところから遠い・交通（電車・バスなど）のアクセスが悪い」が32.6%で続く。
- ・ 地区別では東京都（23区）で「混雑している（人混み・交通渋滞）」「今住んでいるところから遠い・交通（電車・バスなど）のアクセスが悪い」、神奈川県で「武蔵野市についてよく知らない」、千葉県で「今住んでいるところから遠い・交通（電車・バスなど）のアクセスが悪い」が全体と比較して高い。
- ・ 年代別では、10・20代で「武蔵野市についてよく知らない」、40代で「武蔵野市についてよく知らない」、50代で「他にも魅力的な都市がある」「行きたいと思う魅力的な施設やイベントがない」、60代で「今住んでいるところから遠い・交通（電車・バスなど）のアクセスが悪い」「混雑している（人混み・交通渋滞）」が全体と比較して高い。
- ・ 男女別では、女性で「今住んでいるところから遠い・交通（電車・バスなど）のアクセスが悪い」が全体と比較して高い。

付属資料 2 第二期武蔵野市観光推進計画（中間のまとめ）

パブリックコメントの結果

■募集期間 平成 28 年 12 月 1 日（木）～12 月 16 日（金）

■パブリックコメントの提出 1 名（複数意見）

■意見の内容と対応

No.	指摘箇所	頁	意見の要旨	対応
1	1. 第二期武蔵野市観光推進計画の目的と位置付け (2) 計画改定の趣旨	1	第一期計画のアクションプランの達成状況および課題の確認と対策が見えない。第一期の総括を行うべきではないか。	平成 28 年 8 月時点での第 2 次アクションプランの進捗状況調査を委員会に示し、計画に反映させる予定です。 なお、策定委員会では調査結果を前提に計画を検討しています。
2	1. 第二期武蔵野市観光推進計画の目的と位置付け (4) 第二期武蔵野市観光推進計画の位置付け	3	観光推進計画は産業振興計画の下位計画との位置付けがなされており、産業振興計画から演繹される「都市観光の推進」がどう進捗しているかの検証が必要ではないか。	観光推進計画第 2 次アクションプランは産業振興計画の策定後のものであり、産業振興計画の方針のもとに策定されています。進捗の検証については上記のご意見に対する回答のとおりです。
3	2. 武蔵野市の観光の特徴と課題 (2) 武蔵野市の観光の課題 <来街者の誘致に関する課題> ・ターゲットを明確にして来街者を誘致する	5	ターゲットとする来街者について、現状がどうなのかの実態把握が必要。	平成 28 年 8 月に首都圏在住の 10 代～70 代までの男女を対象に W E B アンケートを実施しましたので、調査結果は付属資料として計画とともに公開します。
4	2. 武蔵野市の観光の特徴と課題 (2) 武蔵野市の観光の課題 <来街者の誘致に関する課題> ・武蔵野市の都市観光のイメージを明確に打ち出す	5	連続・一貫したイメージ戦略の策定と推進が必要であり、武蔵野市と吉祥寺を一体化したブランド戦略とその上位に武蔵野市ブランド戦略の構築が必要ではないか（シティ・アイデンティティの確立）。	武蔵野市の観光が目指す姿として掲げたスローガン「個性豊かで多彩な魅力があるから訪れたい、住み続けたいまち」を市のブランド戦略の基本に据え、シティセールスを展開していきます。

No.	指摘箇所	頁	意見の要旨	対応
5	2. 武蔵野市の観光の特徴と課題 (2) 武蔵野市の観光の課題 <来街者の誘致に関する課題> ・観光客にわかりやすい情報提供や快適な観光を支えるインフラ整備を行う	5	(情報提供について) ターゲット別にツール体系の整理をし、どこが・いつまで・何を狙いとして整備を行うのかを明確にするべき。	ターゲットごとに適切な情報ツールを用いたPRを行えるよう、計画に示します。
6	2. 武蔵野市の観光の特徴と課題 (2) 武蔵野市の観光の課題 <推進体制の構築に関する課題> ・観光機構の役割を明確にする	6	市の全体計画・アクションプランと連動して、観光機構の短・中・長期計画の策定と推進の仕組みづくりが必要。また、重点事項は市との確認・共有を行い、人材を含む事業基盤の強化が必要ではないか。	観光機構では年度ごとに事業計画を定め、理事会や各プロジェクト(委員会)等が進捗を管理しています。これまで以上に市と情報や課題を共有しながら業務を進めていけるよう、計画に示します。 また、本計画により観光機構の役割を明確にする中で、組織基盤の強化についても検討します。
7	2. 武蔵野市の観光の特徴と課題 (2) 武蔵野市の観光の課題 <推進体制の構築に関する課題> ・多様な市民や学生が参加しやすい仕組み、交流・連携の仕組みをつくる	6	武蔵境活性化委員会の仕組みの水平展開を図ってはいかがか(活性化委員会の課題も含めて)。	多様な立場の方々が交流・連携する仕組みとして参考にします。
8	2. 武蔵野市の観光の特徴と課題 (2) 武蔵野市の観光の課題 <推進体制の構築に関する課題> ・観光を支える担い手の育成と継続できるイベントの仕組みをつくる	6	イベントのねらい・目的とその成果の検証と対応が必要。	観光に資する市内のイベントについては、その効果が最大限発揮されるよう各実施主体と連携し、各主体による来街者調査等をもとに効果検証も行っていこう計画に盛り込みます。
9	2. 武蔵野市の観光の特徴と課題 (2) 武蔵野市の観光の課題 <推進体制の構築に関する課題> ・観光を支える担い手の育成と継続できるイベントの仕組みをつくる	6	重点施策を前提として、各事業に投じられている補助金の実態を可視化し、事業のねらい・目的と成果を検証し、補助金や観光資源が有効に活用されたか確認できる仕組みが必要と思われる。	

No.	指摘箇所	頁	意見の要旨	対応
10	2. 武蔵野市の観光の特徴と課題 (2) 武蔵野市の観光の課題 ＜推進体制の構築に関する課題＞ ・東京都や隣接地域と連携する	6	エリアネットワークや情報交換会のしくみの整備が必要。	計画の中に、施策の一つとして盛り込みます。
11	3. 武蔵野市の観光が目指す姿 (2) 数値目標	8	第一期計画の成果指標の公開・公表と第二期における成果指標とを、連続性の視点から整理するべきではないか。	第一期計画では数値による成果指標を設けていなかったため、数値的に本計画と連続性を持たせることはできませんが、今後は進捗を検証できるように、本計画で成果指標を定めていきます。
12		8	ふるさと納税を試行することにより、市民の意識と外からの見方の実態把握・認識ができるのではないか。	納税者側からはまちへの愛着だけでなく返礼品の内容といった点でも寄附先を検討されることが多く、シティセールスの成果を示す指標として適切であるかどうかは議論の分かれるところと考えます。
13	4. 観光推進の基本的な方向性	9	誰がアクションプランを含めて全体計画をウォッチし、実施主体（主管部門）と連携・協力してPDCAを回していくのか、そしてそのための仕組みをどうするのが見えない。	今後委員会で検討し、計画の中で示します。

参考 1 第二期武蔵野市観光推進計画策定の流れ

会議等	年月日	会 場	会議の内容
第1回 委員会	平成 28 年 7 月 15 日	武蔵野市役所	・ 武蔵野市の観光の現状及び課題について
第2回 委員会	平成 28 年 8 月 17 日	武蔵野市役所	・ 武蔵野市における観光推進の目的について ・ 武蔵野市の観光の現状について ・ 目的達成に向けた課題について
第3回 委員会	平成 28 年 10 月 4 日	武蔵野商工会館	・ 計画の目標及び方針について
第4回 委員会	平成 28 年 11 月 10 日	武蔵野商工会館	・ パブリックコメントの実施について ・ 中間のまとめ案について
視察	平成 29 年 1 月 17 日	台東デザイナーズ ビレッジ	・ 台東モノマチに関する取組について
第5回 委員会	平成 29 年 1 月 27 日	武蔵野商工会館	・ パブリックコメントの実施について ・ 中間のまとめ 委員からの指摘事項について ・ 先進地視察（台東デザイナーズビレッジ）の 実施結果について ・ 重点プロジェクトの設定について
第6回 委員会	平成 29 年 2 月 23 日	武蔵野商工会館	・ パブリックコメントの結果について ・ 第二期武蔵野市観光推進計画（案）に ついて
第7回 委員会	平成 29 年 3 月 30 日	武蔵野商工会館	・ 第二期武蔵野市観光推進計画（最終案） について

参考 2 第二期武蔵野市観光推進計画策定委員会

（１）第二期武蔵野市観光推進計画策定委員会設置要綱

（設置）

第1条 第二期武蔵野市観光推進計画（以下「計画」という。）を武蔵野市（以下「市」という。）が策定するにあたり、必要な事項を検討し、市の観光施策を総合的に推進するため、第二期武蔵野市観光推進計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

（所管事項）

第2条 委員会は、次に掲げる事項を検討し、その結果を市長に報告する。

- （1）平成19年度から平成28年度までの武蔵野市観光推進計画の実施状況及び見直しに関する事項
- （2）観光推進体制に関する事項
- （3）前2号に掲げるもののほか、計画を検討するために市長が必要と認める事項

（組織）

第3条 委員会の委員は、次に掲げる12人以内の者をもって組織し、市長が委嘱し、又は任命する。

- （1）学識経験者
- （2）商工業関係者
- （3）観光活動関係者
- （4）市内事業者
- （5）公募による市民
- （6）市職員
- （7）前各号に掲げる者のほか、市長が必要と認める者

（委員長及び副委員長）

第4条 委員会に委員長及び副委員長各1人を置く。

2 委員長は委員が互選し、副委員長は委員長が指名する。

3 委員長は、会務を総括し、委員会を代表する。

4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

（設置期間）

第5条 委員会の設置期間は、委嘱又は任命の日から平成29年3月31日までとする。

（会議）

第6条 委員会の会議は、必要に応じて委員長が招集する。

2 委員会が必要と認めるときは、委員会の会議に委員以外の者の出席を求め、説明若しくは意見を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

（事務局）

第7条 委員会の事務局は、市民部生活経済課に置く。

（その他）

第8条 この要綱に定めるもののほか、委員会について必要な事項は、市長が別に定める。

付 則

- 1 この要綱は、平成28年7月15日から施行する。
- 2 この要綱は、平成29年3月31日限り、その効力を失う。

(2) 第二期武蔵野市観光推進計画策定委員会委員名簿

◎委員長 ○副委員長 敬称略

氏 名	所 属 等
◎ 小 田 宏 信	成蹊大学経済学部 教授
○ 林 聖 子	亜細亜大学都市創造学部 教授
稲 垣 英 夫	武蔵野商工会議所 会頭 一般社団法人武蔵野市観光機構 代表理事
花 俣 延 博	武蔵野市商店会連合会 会長
麻 生 日 佐 子	吉祥寺総合案内所コンシェルジュ 代表
井 柳 南 進	武蔵野市観光ボランティアガイドの会 前会長
中 村 光 治 郎	株式会社 JR 中央ラインモール nonowa 武蔵境支配人（JR 武蔵境駅長）
福 島 和 仁	吉祥寺東急 REI ホテル 販売促進 支配人
松 倉 晋	市民公募委員
八 尾 明 美	市民公募委員
武 藤 毅	一般社団法人武蔵野市観光機構 事務局長
小 島 祐 一	市民部長

第二期

武蔵野市観光推進計画

平成 29 年 6 月発行

編集 武蔵野市 市民部 生活経済課

〒180-8777

武蔵野市緑町 2 - 2 - 2 8

TEL 0422-51-5131（代表）